



2024.6.7

# FY2024 Q3 決算説明資料

株式会社エイチーム（証券コード：3662）

# 1. 成長戦略の進捗

# 2. FY2024 業績・配当予想

# 3. FY2024 Q3 連結決算概要

# 4. FY2024 Q3 セグメント別詳説

APPENDIX：会社概要

APPENDIX：プライム市場上場維持基準の適合に向けた取組

APPENDIX：主な経営指標

## M & A及び事業シナジーの創出により、**売上向上支援カンパニーへの変革**を図る成長戦略

### 成長戦略 進捗

#### 事業提携及び資金調達

- アドバンテッジアドバイザーズ社との事業提携及び資金調達を決定
- 成長戦略の加速化及び実行力を高める経営管理強化が目的

#### 2件のM & Aを決定

- 国内最大級のヘッドレスCMS「microCMS」を運営するmicroCMS社の全株式を取得し、完全子会社化を決定
- 暗号資産ポイントアプリ「Bit Start」「Bit Walk」等を運営するPaddle社の株式を取得し、子会社化を決定

### FY2024 Q3 サマリ

(2024.2 - 2024.4)

#### 売上高

**6,266** 百万円

Y/Y 92.5% Q/Q 105.5%

#### 営業利益

**330** 百万円

Y/Y 202.9% Q/Q - %

#### 当期純利益

**771** 百万円

Y/Y 502.1% Q/Q - %

#### トピックス

**期末配当予想修正  
22.0円**

普通配当18円(2円増)  
特別配当4円

- Y/Yで減収増益。主な要因は金融メディア事業の外部環境の変化による減収
- 業績予想に対し、連結売上高を下方修正するも、営業利益及び当期純利益は計画通りに進捗
- 今後の安定的・継続的な利益成長を見込み、期末配当予想を22円に修正（普通配当:2円増配）

# 1.成長戦略の進捗

# 売上向上支援カンパニーへの変革に向けて

# 法人向けにデジタルマーケティング力を活用した事業支援サービスを提供する 売上向上支援カンパニーへの変革を図る

世の中の多くの企業は事業活動において  
様々な課題を抱えています。

2006年以降、メディア運営で培ってきた  
「デジタルマーケティング力」を最大限に  
活用し、集客やサービス運営に関する

コンサルティング、業務支援ツール提供等のサービスを展開することで、

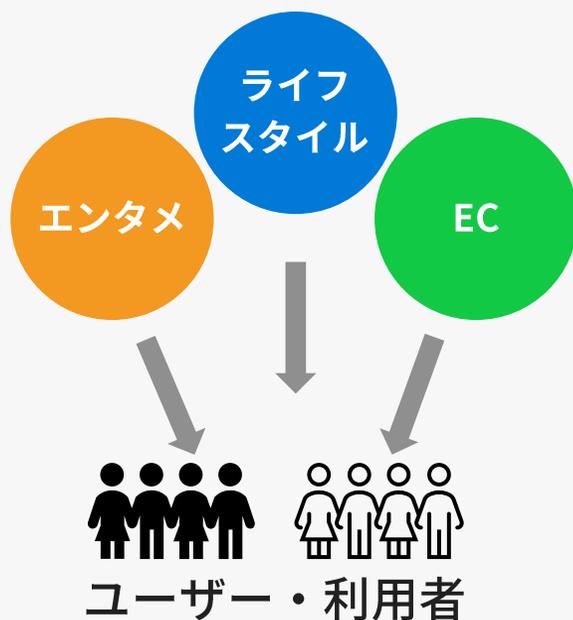
**売上向上支援カンパニーへの変革を図ります。**

# デジタルマーケティング力を活かして、売上向上支援カンパニーへ変革

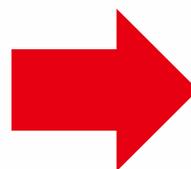
これまで

## 総合IT企業

ゲームやWebサービス（比較・情報サイト）、  
ECサイトを個人の利用者向けに運営



変革



目指す姿

## 売上向上支援カンパニー

法人向けに集客支援コンサルティングや  
業務支援ツール等を提供する企業へ

クライアント企業

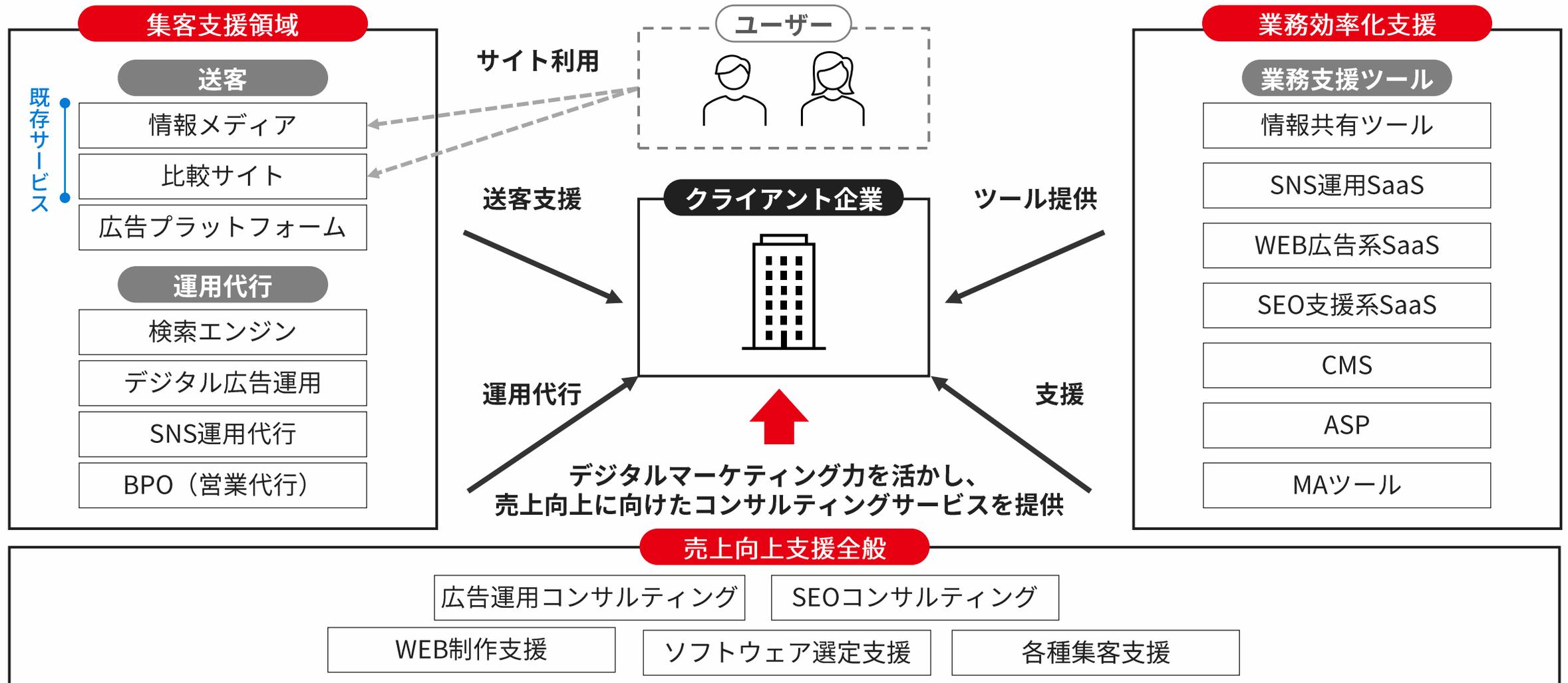


売上向上の支援

デジタルマーケティング支援

集客支援  
・コンサル

機能・ツール  
の提供



多様な売上向上に必要なソリューションをワンストップで提供

集客支援領域

既存サービス

送客

情報メディア

比較サイト

広告プラットフォーム

運用代行

検索エンジン

デジタル広告運用

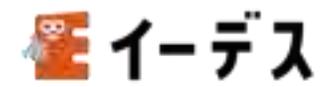
SNS運用代行

BPO（営業代行）

既存事業

展開中の既存サービス

提携企業に向けて、送客することで集客を支援



M&Aで獲得

「Bit Start」 「Bit Walk」

（Paddle社が運営する暗号資産ポイント運用アプリ）



M&Aで獲得

法人向け集客支援領域の強化に向けた、  
デジタル広告等の運用代行業務の領域

多様な売上向上に必要なソリューションを提供

M&Aで獲得

クライアント企業の売上向上に向けて  
業務支援ツール等で業務効率化を支援する

既存事業

社内向け情報共有サービス「Qiita Team」

QiitaTEAM

M&Aで獲得

ヘッドレスCMS「microCMS」  
クライアント企業のWEBサイト制作を支援

 microCMS

業務効率化支援

業務支援ツール

情報共有ツール

SNS運用SaaS

WEB広告系SaaS

SEO支援系SaaS

CMS

ASP

MAツール

支援

トップで提供

既存サービス

ユーザー

業務効率化支援

## 長年培ったデジタルマーケティング力を活かし、コンサルティング領域への拡張を図る

自社メディアによる送客及び広告運用代行で集客支援を最大化しつつ、  
業務効率化を支援するツール/SaaS等を提供する。

さらに、WEBコンサルティング領域をM&Aで取り込み、  
多様な売上向上に必要なソリューションをワンストップで提供していく。

SNS運用代行

BPO（営業代行）

デジタルマーケティング力を活かし、  
売上向上に向けたコンサルティングサービスを提供

ASP

MAツール

### 売上向上支援全般

広告運用コンサルティング

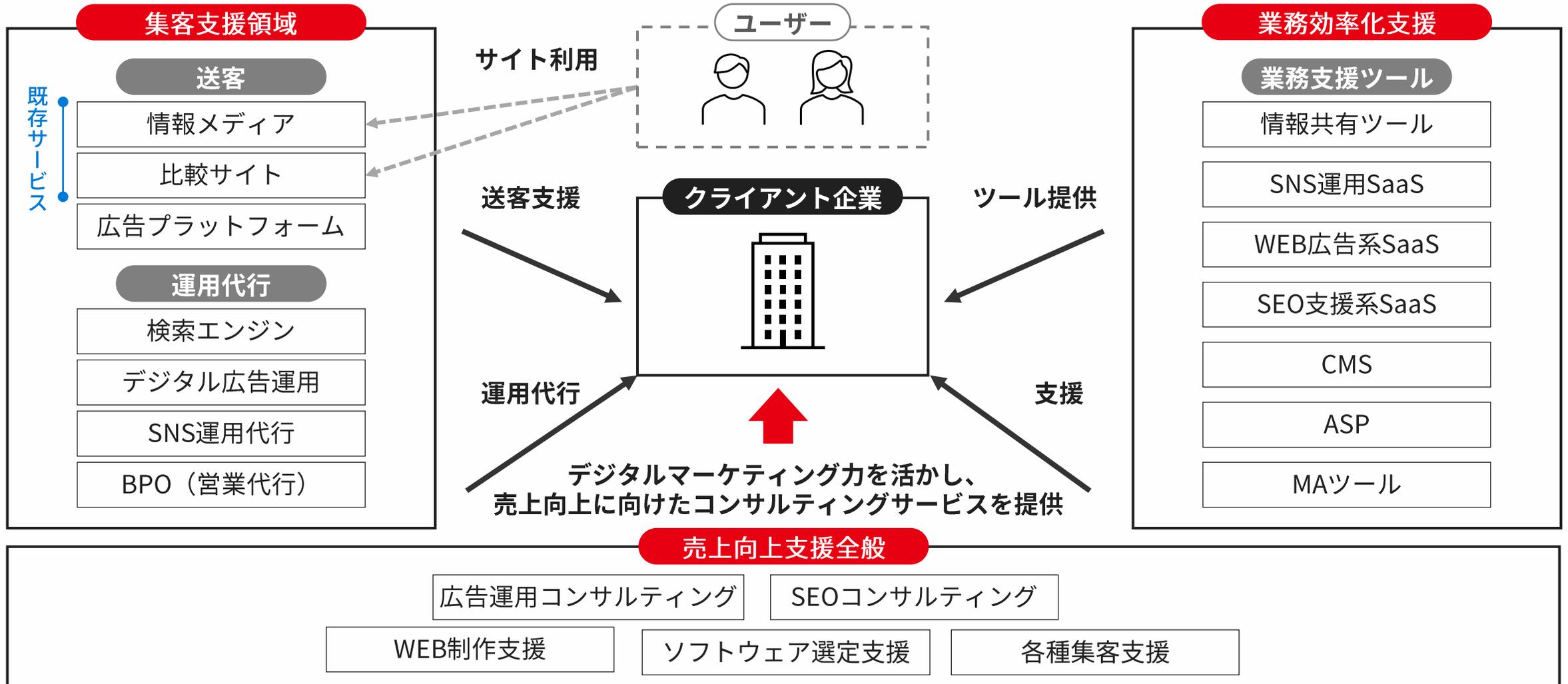
SEOコンサルティング

WEB制作支援

ソフトウェア選定支援

各種集客支援

多様な売上向上に必要なソリューションをワンストップで提供



多様な売上向上に必要なソリューションをワンストップで提供

# 売上向上支援カンパニーへの変革に向けた 事業提携及び資金調達

※ 2024年6月7日に開示した「第三者割当により発行される第9回新株予約権及び第1回無担保転換社債型新株予約権付社債の募集に関するお知らせ」及び「事業提携に関するお知らせ」をご参照ください。

# 企業価値向上の実現に向け、成長戦略の加速化及び実行力を高める アドバンテッジアドバイザーズ社との事業提携及び資金調達により戦略推進力強化



## 提携のポイント①

戦略的アドバイス及び  
豊富なネットワークの活用

## 提携のポイント②

成長戦略の加速化及び  
実行力を高める経営支援

## 提携のポイント③

資金調達により経営基盤の  
強化を図り、事業拡大

## Advantage Advisorsについて

国内のプライベート・エクイティ・ファンド（PEファンド）のパイオニアであるアドバンテッジパートナーズグループの中で、上場企業成長支援プライベート投資\*を担う会社。これまで多数の上場企業へのコンサルティング、成長支援実績を持つ。

※ 上場企業の株式を取得するとともに経営陣と一体となって企業価値向上に取り組む投資戦略

支援テーマ

活動内容

強みを活かした価値向上

徹底的な全社経営強化

① M&A推進・PMI支援

新規成長  
ドライバー構築

- ・ M&A及びPMI推進により既存事業とのシナジーを創出
- ・ 中長期的に、積極的な企業ドメイン変革を目指す

② マーケティングによる  
利益水準向上支援

メディア・比較  
サイト等の収益向上

- ・ メディア・比較サイト等の既存事業の戦略のブラッシュアップ及び戦略の実行支援

③ 経営管理の強化支援

全社戦略推進  
体制整備支援

- ・ 全社戦略（ポートフォリオ経営）の推進
- ・ 全社最適な資源配分体制整備及び投資の効率化

④ IR戦略立案及び実行支援

プライム維持に向けた各施策の実行

- ・ コミュニケーション戦略及び体制強化
- ・ 資本政策及び株主還元政策に関する支援

※ 上記以外にも、業績向上及び事業成長に資する支援テーマを継続的に議論・検討し、各施策を講じてまいります。

	無担保転換社債型 新株予約権付社債 (CB)	新株予約権
発行日	2024年6月26日	
調達予定額	約25 億円	約25 億円
満期	5 年	-
転換・行使 可能期間	2024年12月～2029年6月	
	<small>本新株予約権付社債の調達資金による企業価値向上と持続的な成長を確認するための相当な期間として、2024年6月27日から2024年12月26日までの期間（払込期日の翌日から半年後まで）は、本無担保転換社債型新株予約権及び本新株予約権を行使しない旨を本新株予約権及び本新株予約権付社債に係る引受契約で締結予定です。</small>	
転換・行使価額	643 円	
利率	0 %	-
割当先	AASC II P, L.P.	
資金使途	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 事業拡大のためのM&amp;A資金</li> <li>■ 経営基盤強化及び事業拡大に伴う人的投資及びITシステムへの投資</li> <li>■ 事業拡大に向けた広告宣伝費及び広報費</li> <li>■ 事業拡大のためのその他の投資</li> </ul>	
	<small>※ 資金配分比率及び配分額はP17に記載</small>	

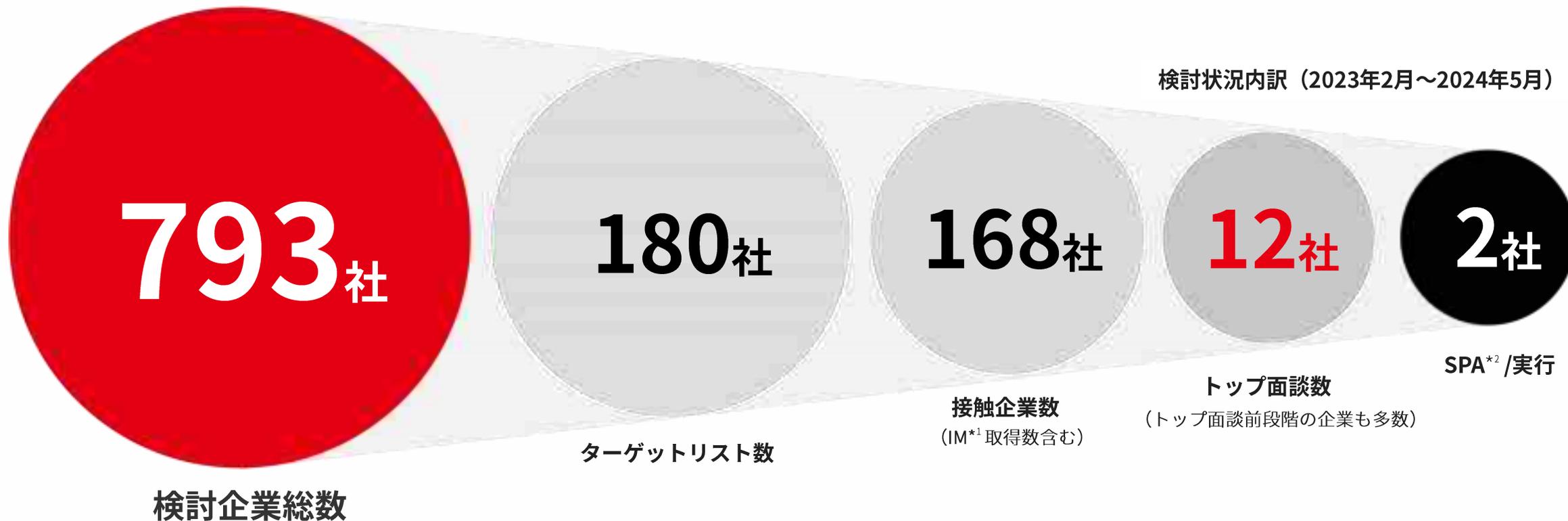
資金の具体的な使途	金額 (百万円)	内容
事業拡大のためのM&A資金	1,898	<ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社Paddle の買収資金</li> <li>業容拡大に向けた今後のM&amp;A資金</li> </ul>
経営基盤強化及び事業拡大に伴う人的投資及びITシステムへの投資	1,120	<ul style="list-style-type: none"> <li>FP&amp;A人材やM&amp;A及びPMI人材等の確保</li> <li>経営管理強化に向けたITシステム投資</li> </ul>
事業拡大に向けた広告宣伝費及び広報費	1,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>認知及び顧客開拓基盤拡大に向けた広告出稿</li> <li>ブランド価値向上へのスポンサーの実施</li> </ul>
事業拡大のためのその他の投資	980	<ul style="list-style-type: none"> <li>SFA（営業支援システム）等の社内業務システムの効率化及びデジタルマーケティング支援システムの開発等、事業拡大のための投資</li> </ul>

※ 調達資金（手取概算額約50億円/本新株予約権約25億円及び本新株予約権付社債約25億円）につきましては、一層の事業拡大及び収益力の向上のための資金として、2029年6月までに上記の資金使途として充当する予定。

# M & Aの進捗

選定した多数の候補企業群への接触を強化。トップ面談が増加、SPA締結は2社。引き続き、売上向上支援カンパニーへの変革を図るべく、M&Aを続けていく。

検討状況内訳 (2023年2月~2024年5月)



※1: IM...Information Memorandum (企業概要書) ※2 : SPA...Stock Purchase Agreement (株式譲渡契約書)

## 自社及び他社のリソースを最大限に活用し、多くのターゲット企業を選定

### 検討対象選定方法・期間

#### ターゲット企業の選定経路

- 自社調査
- 他社紹介（M&A仲介会社、金融機関、VC等）

#### ターゲット規模

- ～50億円程度

#### 検討期間

- LOI（Letter of Intent）まで約1ヵ月
- デューデリジェンス：約2ヵ月

## デジタルマーケティング領域の強化に向け、microCMS社及びPaddle社をM&A

### microCMS社

主なサービス ヘッドレスCMS「microCMS」

買収金額 1,500百万円

買収の目的 to B 支援ビジネスの強化

シナジー Qiitaを通じた認知及び販路拡大



# microCMS

※ 2024年5月9日に開示した「株式会社microCMSの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。

### Paddle社

主なサービス 暗号資産ポイントアプリ「Bit Start」

買収金額 368百万円（発行済株式67%取得）

買収の目的 高収益の事業を保有、収益基盤の強化

シナジー ポイントアプリ運用のノウハウの活用

# Paddle

※ 2024年5月28日に開示した「株式会社Paddleの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。

## 株式会社microCMSの発行済株式の100%を取得（連結子会社化）

1. 商号	株式会社microCMS
2. 所在地	東京都千代田区神田鍛冶町3-7-21 天翔神田駅前ビル406号室
3. 代表者	代表取締役 松田 承一
4. 事業内容	ヘッドレスCMS「microCMS」の開発・販売
5. 資本金	3.8百万円
6. 取得株式数	2024年6月3日 32,260株（議決権数 32,260個）
7. 取得価格	2024年6月3日 1,500百万円 アドバイザー費用等（概算額）10百万円 合計（概算額）1,510百万円



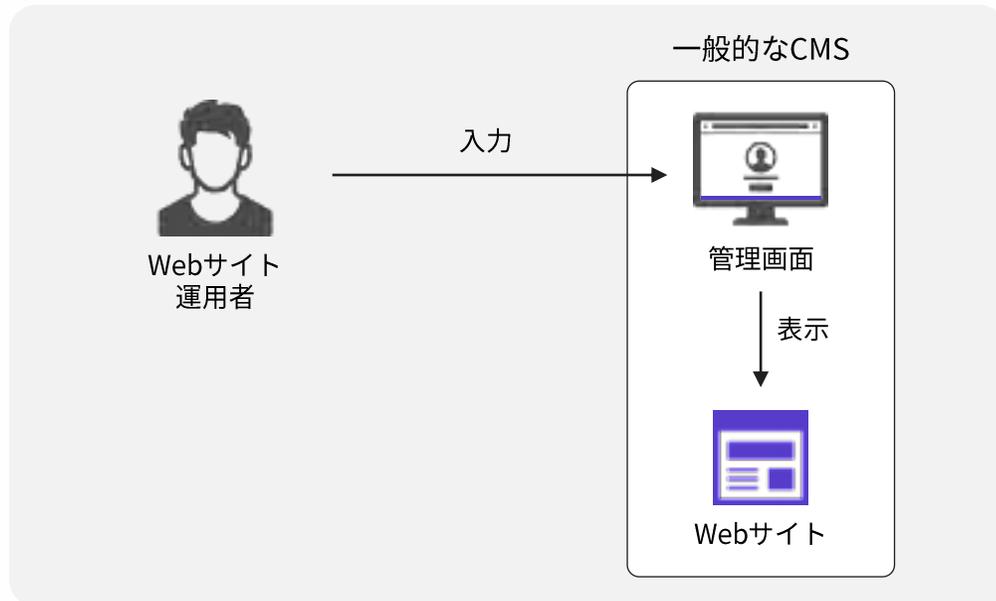
microCMS

※ 2024年5月9日に開示した「株式会社microCMSの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。

# CMS（コンテンツ管理システム）は、Webサイトを作成・管理するツール。

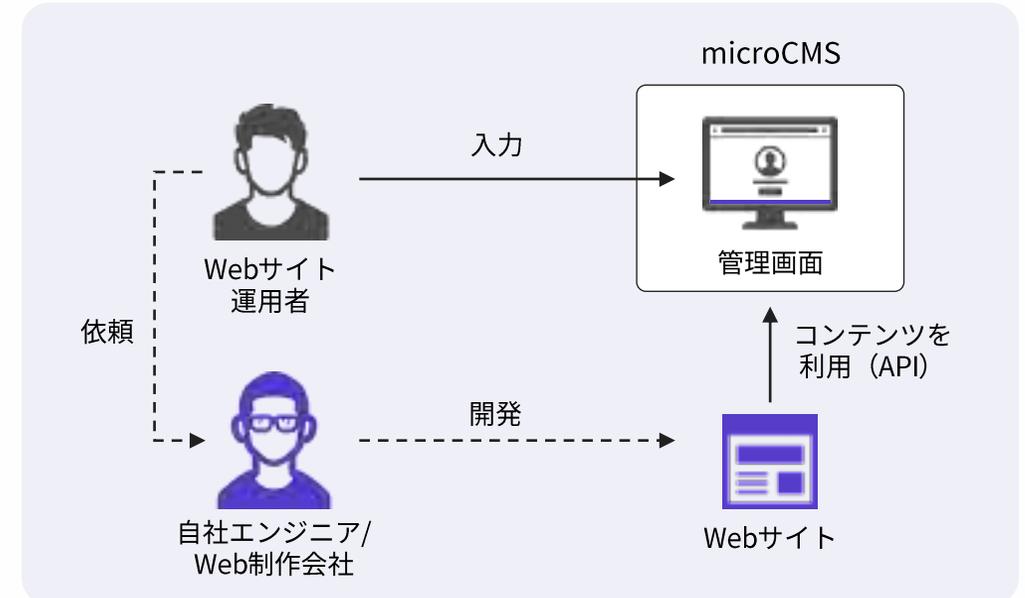
## 一般的なCMSの特徴

管理画面にコンテンツを入力・更新、即座にWebサイトに表示



## 「microCMS」の特徴

管理画面のみを持つ。Webサイトはエンジニアが開発



※ CMS（Contents Management System：コンテンツ・マネジメント・システム）とは、Webサイトのコンテンツを構成する画像やテキスト、デザイン・レイアウトの情報を一元的に管理・保存するシステム。一般的なCMSは、コンテンツを表示するビュー（フロントエンド）と、コンテンツを入稿するためのシステム（バックエンド）が組み合わされており、このフロントエンドの部分を「ヘッド」と表現する。これに対し、ヘッドレスCMSはコンテンツを表示するビュー（ヘッド）がなく、ヘッドレスCMSはコンテンツ管理を行うことに特化したシステム。

# 拡大が期待できる市場環境に加え、高い収益成長率。国内最大規模の利用実績。

## 市場環境

### 拡大余地が期待できる市場環境

サービス特性上、CMSはWebサイトを保有する全企業がターゲットに成り得るため、拡大余地がある。



※ 売上高1,000億円以上の企業（うち上場企業993社）

## 売上成長

### 右肩上がりの高い成長率

MRR（月次経常収益）は右肩上がりの高い成長率を実現。直近の決算期で209百万円（Y/Y217%）の実績。

MRR（月次経常収益）の推移  
集計期間:2019年9月～2024年5月



※ MRR(Monthly Recurring Revenue)月次経常収益

## 導入実績

### 国内最大規模\*の利用実績

日本製のヘッドレスCMSとしては国内最大級規模の利用実績を誇る。契約後の利用継続率は99%以上。

累計利用実績社数

**8,000社**

アクティブ利用社数

**2,450社**

※ 2023年11月microCMS社調べ。「利用実績」とは、過去に当該サービスを利用した実績がある社数の累計。

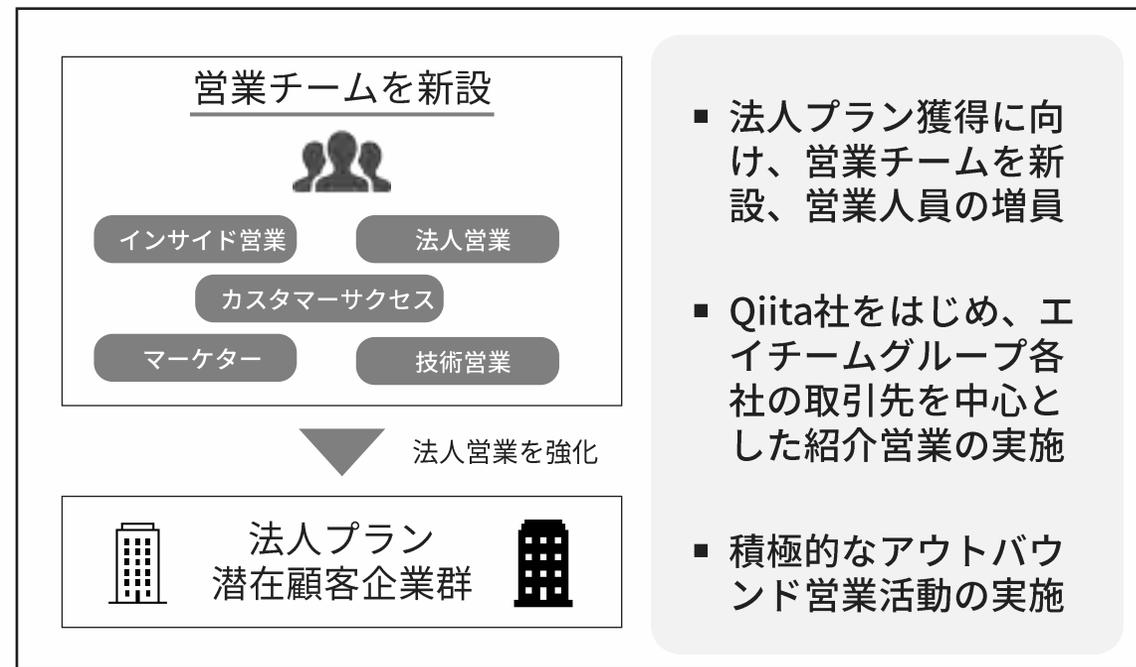
# 「Qiita」との事業連携でのアプローチ最大化、法人営業の強化により事業成長

## Product Led Growth

## Sales Led Growth

「Qiita」との事業連携を軸に発信力を強化  
潜在顧客へのアプローチを最大化

積極的な法人向け営業の強化  
営業体制の構築



## 株式会社Paddleの発行済株式を67%を取得し子会社化、2027年に33%取得予定

1. 商号	株式会社Paddle
2. 所在地	東京都渋谷区東2-25-3 WAVE渋谷4F B
3. 代表者	代表取締役 井手悠仁
4. 事業内容	暗号資産に交換可能なポイントアプリの提供
5. 資本金	33百万円
6. 取得株式数	2024年11月1日 266株（議決権数 266個） 67% 2027年11月1日 133株（議決権数 133個） 33%
7. 取得価格*	2024年11月1日 368百万円 アドバイザー費用等（概算額） 30百万円 合計（概算額） 398百万円

※ 2024年5月28日に開示した「株式会社Paddleの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。2027年11月1日に予定している取得価格は以下の計算式にて算定（概算）。事業価値＋クロージングから3年間で積み上げた想定累計純利益＋クロージング時点の非事業価値として198百万円から528百万円を想定。アドバイザー費用等（概算額）10百万円（想定）を加え、合計（概算額）は208百万円から538百万円を想定。

## 暗号資産（仮想通貨）に交換可能なポイントが貯まるアフィリエイト型 ポイ活アプリ「Bit Start」、ウォーキング型ポイ活アプリ「Bit Walk」を展開

### Bit Start



- 暗号資産（仮想通貨）に交換可能なポイントが貯まるポイ活アプリ
- アフィリエイト広告の実施によってポイントを獲得できる
- デモトレードやビットコイン講座等、初心者向けのコンテンツも充実

### Bit Walk



- 暗号資産（仮想通貨）に交換可能なポイントが貯まるウォーキング型ポイ活アプリ
- 毎日歩いた歩数に応じてポイントが貯まる
- 派生アプリとして「XRP Walk」や「DogeWalk」などもリリース

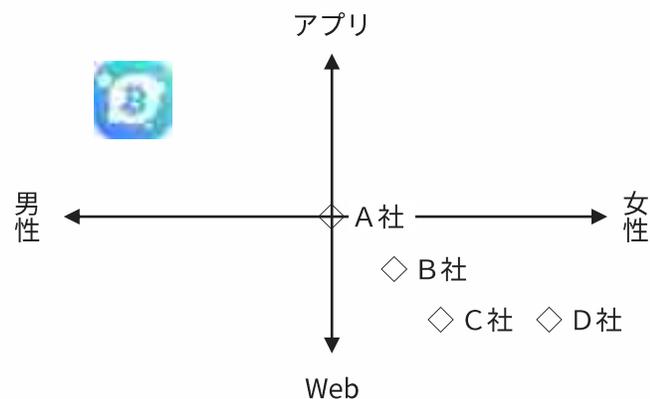
# 高い競合優位性及びポイントアプリ運用ノウハウにより、順調に事業成長を実現

## 市場環境

明確なターゲティングにより市場での高い独立性及び優位性を確立

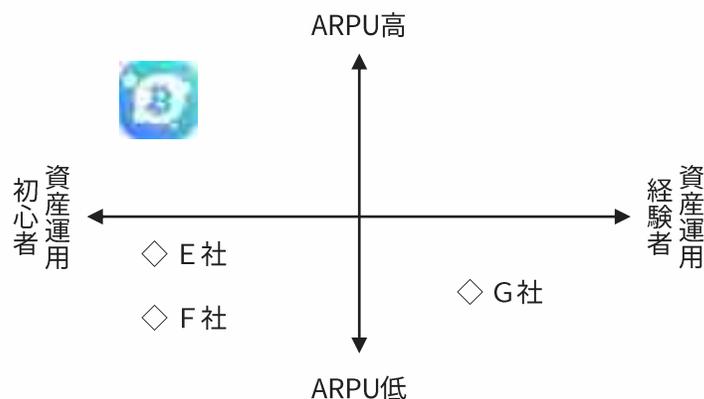
### ポイントサイト市場

従来のポイントサイトは主婦層がメインだったが、資産運用を切り口に男性をメインユーザーとしての獲得に成功。



### ビットコイン還元市場

資産運用初心者を中心としたコアターゲットに、類似サービスと比べても高いARPUを確保しながらユーザーの獲得に成功。



## 事業成長

MAU\*は5年で約20倍の成長

ASO対策\*によりApp Storeでの検索結果は上位にランクイン。サービス開始以降、MAUは順調に増加中。



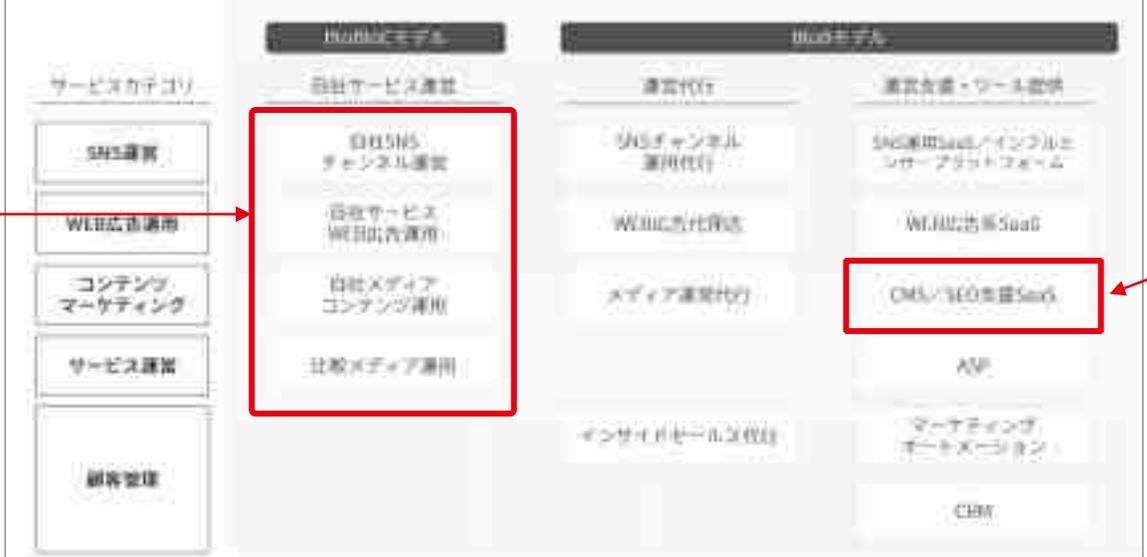
※ MAU (Monthly Active Users) :1ヵ月あたりのアクティブユーザー数  
 ※上記 MAU推移は、同社のFY2019 Q1~FY2024 Q2の各四半期MAU平均  
 ※ ASO対策 (App Store Optimization) :アプリストア最適化

# microCMS社・Paddle社のM&Aによりデジタルマーケティング領域を強化



**ラインナップ拡充**

B to B to Cモデルにおける自社サービス運営のポジション。広告収入の収益源を確保しつつ、当社のデジタルマーケティング力を活用して収益拡大を目指す。





**事業シナジー**

B to B モデルにおける運営支援・ツール提供「CMS」のポジション。M&Aにより強化したいデジタルマーケティング領域のSaaS事業で、SEOとの親和性も高い。

Point ①

**高い収益性**

Point ②

**ポイントアプリ運用ノウハウ**

Point ③

**デジマとの相性の良さ**

Point ①

**デジマ領域のSaaS事業**

Point ②

**Qiitaとの相性PLGを強化**  
※ Product Led Growth

Point ③

**営業チーム新設SLGを強化**  
※ Sales Led Growth

## 2. FY2024 業績・配当予想

## FY2024 連結売上高予想を下方修正、営業利益・当期純利益は予想の修正なし

	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)	当期純利益	1株当たり 当期純利益 (円銭)
前回発表予想 (A)	28,700	600	600	780	42.05
今回発表実績 (B)	23,800	600	600	780	42.05
増減額 (B - A)	△4,900	—	—	—	—
増減率 (%)	△17.1%	—	—	—	—
前期実績 (2023年7月期)	27,552	543	711	143	7.73

※ 2024年6月7日に開示した「業績予想及び期末配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」の通り、FY2024 連結業績予想を修正しました。

※ 上記の業績予想は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、最終の業績は今後様々な要因によって予想と異なる可能性があります。

## FY2024 連結売上高予想を下方修正、営業利益・当期純利益は予想の修正なし

	FY2024 業績予想			(参考) FY2023			
	2024/6/7開示	構成比 (%)	Y/Y (%)	2023/10/24開示	2023/9/8開示	実績 (百万円)	構成 (%)
売上高	<b>23,800<sup>*1</sup></b>	100.0	86.4	28,700	28,700	27,552	100.0
ライフスタイルサポート	17,000	71.4	92.0	20,300	20,300	18,480	67.1
エンターテインメント	4,400	18.5	81.2	5,900	5,900	5,421	19.7
EC	2,400	10.1	65.7	2,500	2,500	3,651	13.3
営業利益	<b>600</b>		110.3	600	600	543	
ライフスタイルサポート	1,365	—	77.5	1,365	1,365	1,760	—
エンターテインメント	280	—	168.2	280	280	166	—
EC	-165	—	—	-165	-165	-431	—
共通部門	-880	—	—	-880	-880	-951	—
当期純利益	<b>780<sup>*2</sup></b>		544.2	780	360	143	

※ 1：2024年6月7日の適時開示「業績予想及び期末配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」、※ 2：2023年10月24日の適時開示「特別利益の計上見込み及び業績予想の修正（上方修正）に関するお知らせ」

## ハイカジの業績予想乖離及びライフの外部環境変化等により売上が伸び悩んだ

主な要因	要因詳細	今後に向けた対応
<p style="text-align: center;"><b>エンタメ</b></p> <p style="text-align: center;">ハイパーカジュアルゲーム の予想乖離</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ハイパーカジュアルゲームにおいて、KPI基準を満たすゲームの企画・開発スピードがあがりきらず、期初業績予想から実績値が大幅に乖離</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 既存タイトルの効率運営により安定的な利益確保を図る</li> <li>■ 協業案件により開発費の負担軽減を図りつつ、新たな安定的な利益を創出する</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>ライフスタイル</b></p> <p style="text-align: center;">市場環境及び クライアント企業の状況変化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 金融メディア事業における大手クライアントの予算縮小</li> <li>■ GoogleコアアルゴリズムのアップデートでSEO順位が低下し獲得件数が減少</li> <li>■ 広告宣伝費を抑制して利益確保を優先した結果、期初業績予想から乖離が発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ SEO対策強化による獲得件数の回復</li> <li>■ 事業ポートフォリオによる経営管理で今期は着実に利益を確保する見込みであり、今後はさらなる経営管理の強化を実施</li> </ul>

## 売上向上支援カンパニーへの変革を推進し、経営管理強化で業績向上を実現

### 経営管理の強化

#### 事業提携による経営支援で 安定的な業績向上

- アドバンテッジアドバイザーズ社との事業提携により、経営管理を強化及び高度化
- ガバナンス体制の強化

### M & Aの推進

#### M & Aの決定及び加速化で 利益成長

- 2件のM & Aの決定による収益貢献
- M & Aの実行力の向上及び加速化により、収益期待が向上する

**FY2025以降、安定的な業績向上及び利益成長が見込める経営環境が整いつつある**

将来に向けた安定的かつ継続的な利益成長を見込み、普通配当 2円増配を決定  
 期末配当予想を**22.0円**へ修正予想（普通配当18円、特別配当4円）

	FY2022 実績	FY2023 実績	FY2024 修正予想		
			23/9 予想	24/3 予想	24/6 予想
基準日	07/31	07/31	07/31	07/31	07/31
1株当たり 配当金	16.0円	16.0円	16.0円	20.0円	<b>22.0円</b>
純資産配当率	2.8%	3.0%	—	—	—

※ 上記の配当予想は、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の配当は今後起こりうる様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

# 3. FY2024 Q3 連結決算概要

Y/Yで減収増益。主な要因は金融メディア事業の外部環境の変化による減収。業績予想に対し、営業利益及び当期純利益は予想通りに進捗

全社

売上高

6,266 百万円

(Y/Y 92.5%, Q/Q 105.5%)

営業利益

330 百万円

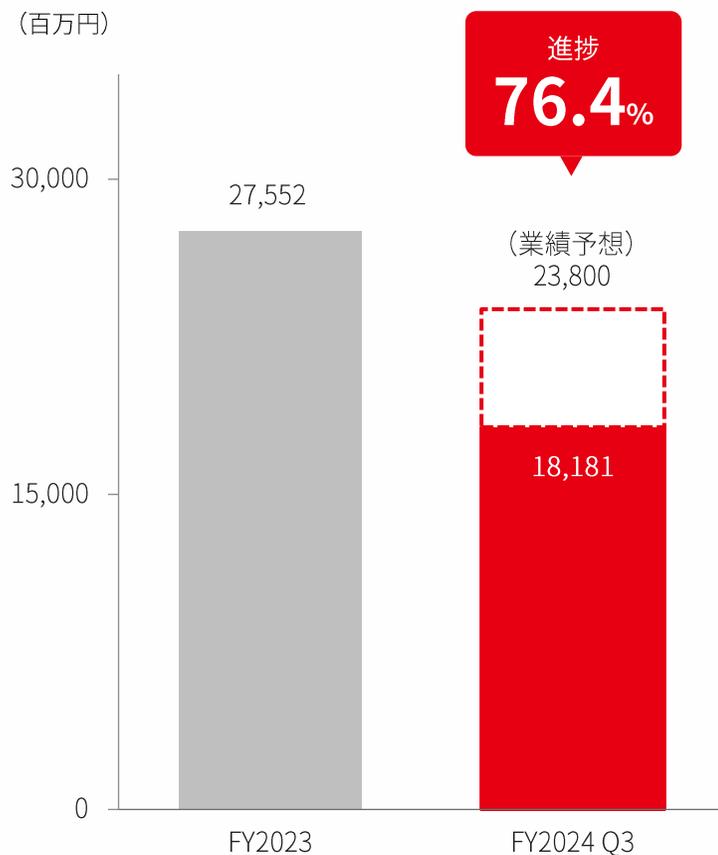
(Y/Y 202.9%, Q/Q -%)

当期純利益

771 百万円

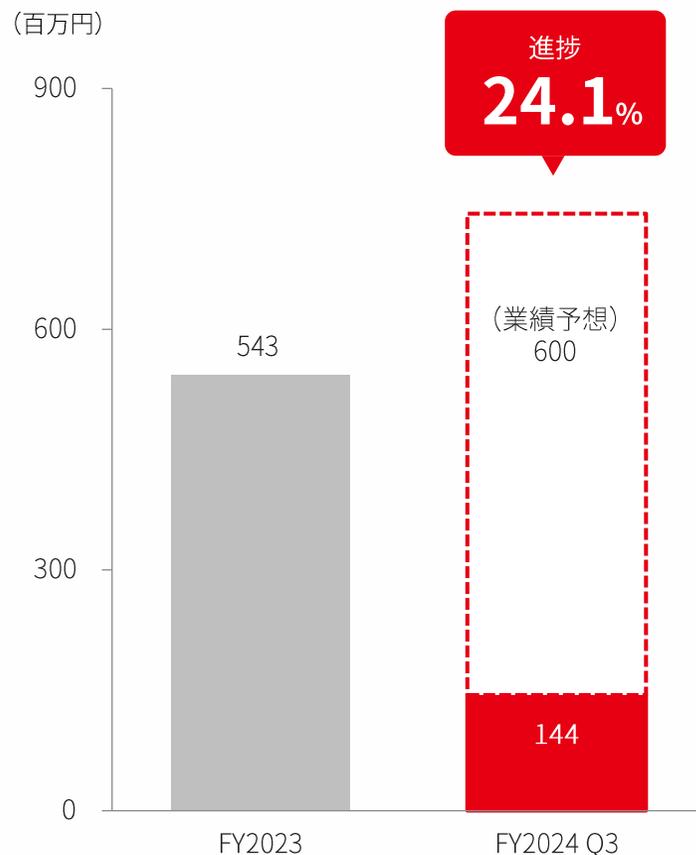
(Y/Y 502.1%, Q/Q -%)

## 売上高

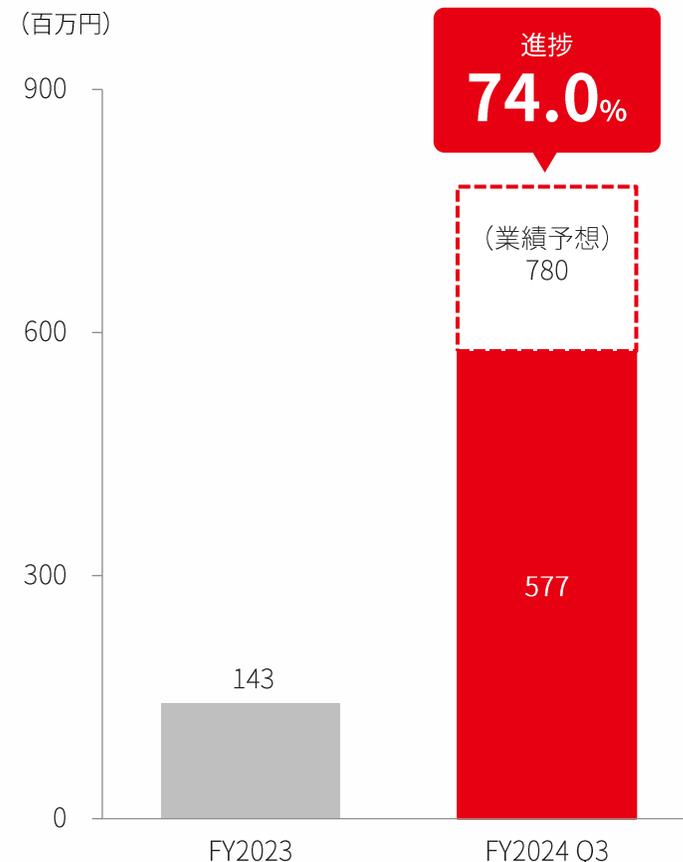


※ 2024年6月7日に開示した「業績予想及び期末配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」の通り、FY2024 連結業績予想を修正しました。

## 営業利益

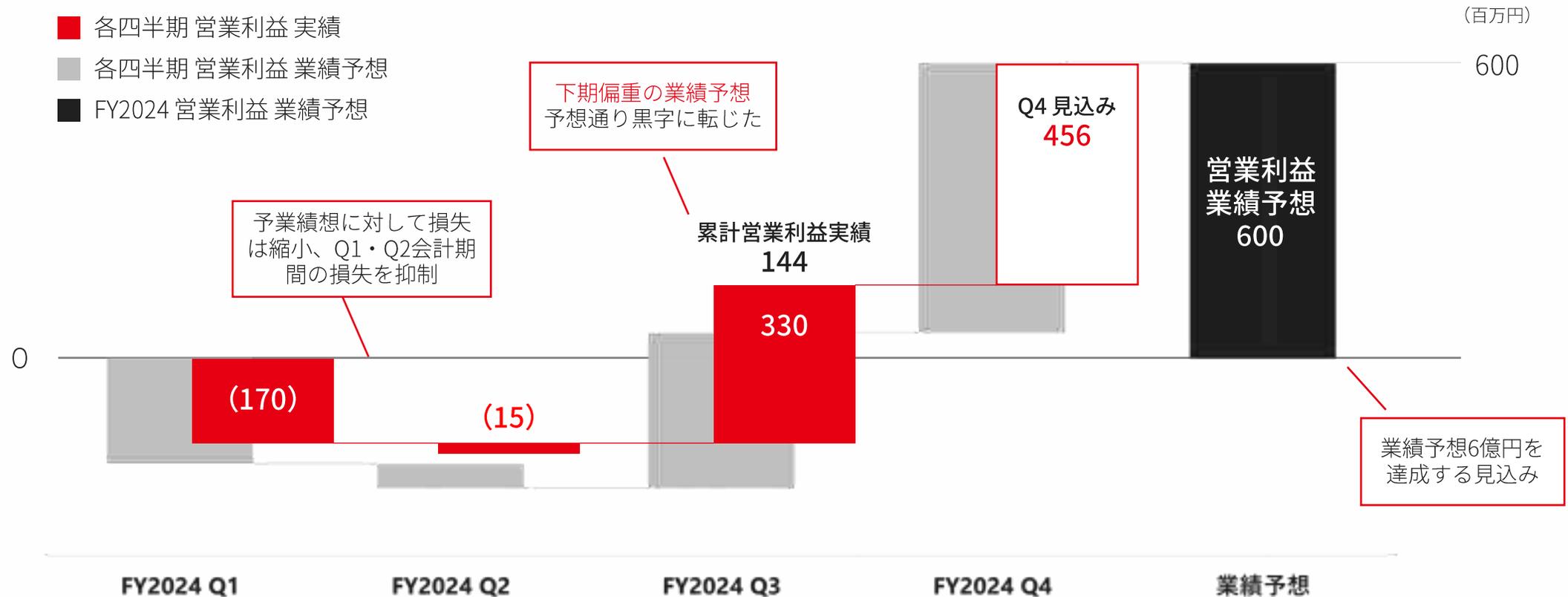


## 当期純利益



※ 2023年10月24日に開示した「特別利益の計上見込み及び業績予想の修正（上方修正）に関するお知らせ」の通り、FY2024 連結業績予想を修正しました。

# 経営管理の強化により営業利益は概ね業績予想通りに進捗、Q3累計期間で黒字に転じた。引き続きコスト最適化を図りながら達成を目指す



※ FY2024 営業利益業績予想及び各四半期営業利益業績予想は、上記資料発表日における当社の目標値であり、実際の数値を保証するものではありません。

## Y/Yで減収増益。業績予想に対しては営業利益、経常利益、当期純利益は概ね予想通りに進捗

- 売上高は、外部環境の変化により金融メディア事業の売上が減少したことでY/Yで減収
- 経営管理の強化及び投資事業の成長による損失の縮小によりY/Yで増益

	FY2024	FY2023	Y/Y	FY2024	Q/Q	FY2024	進捗率
(百万円)	Q3	Q3		Q2		通期予想	
売上高	<b>6,266</b>	6,771	92.5 %	5,940	105.5 %	23,800* <sup>1</sup>	76.4 %
営業利益	<b>330</b>	162	202.9 %	-15	- %	600	24.1 %
経常利益	<b>346</b>	202	170.6 %	3	- %	600	35.4 %
当期純利益	<b>771</b>	153	502.1 %	-51	- %	780* <sup>2</sup>	74.0 %

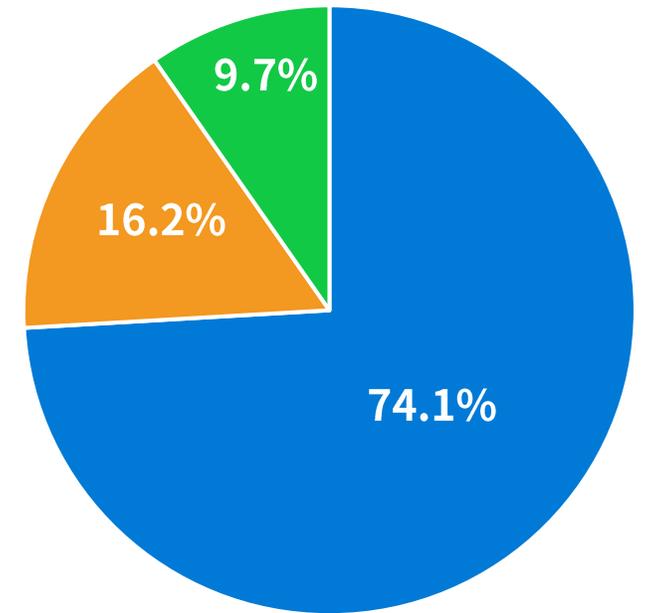
※1：2024年6月7日の適時開示「業績予想及び期末配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」、※2：2023年10月24日の適時開示「特別利益の計上見込み及び業績予想の修正（上方修正）に関するお知らせ」

## 各セグメントの業績報告

(百万円)	セグメント売上			セグメント利益		
	実績	Y/Y	Q/Q	実績	Y/Y	Q/Q
ライフスタイルサポート	4,641	94.5%	111.5%	607	109.4%	396.7%
エンターテインメント	1,017	87.2%	86.8%	-68	-%	-%
EC	607	87.4%	100.5%	-57	-%	-%
全社	6,266	92.5%	105.5%	330	202.9%	-%

## 売上高構成比

- ライフスタイルサポート
- エンターテインメント
- EC



## ライフスタイルサポート

Y/Y減収増益、Q/Q増収増益

セグメント売上： 4,641百万円

セグメント利益： 607百万円

- ブライダル事業、自動車関連事業の売上がY/Y・Q/Qでともに増加
- 一方で、引越し関連事業と金融メディア事業におけるSEO獲得の減少及びクライアント予算の縮小によりY/Yで減収
- セグメント利益は繁忙期かつ利益重視の事業運営によりY/Y・Q/Qで増益

## エンターテインメント

Y/Y減収増益、Q/Q減収減益

セグメント売上： 1,017百万円

セグメント利益： -68百万円

- Y/Yでは、既存タイトルのダウントレンドによる減少傾向で減収
- アプリ運営の効率化を図りつつもセグメント売上の減収に伴いY/Yで減益

## EC

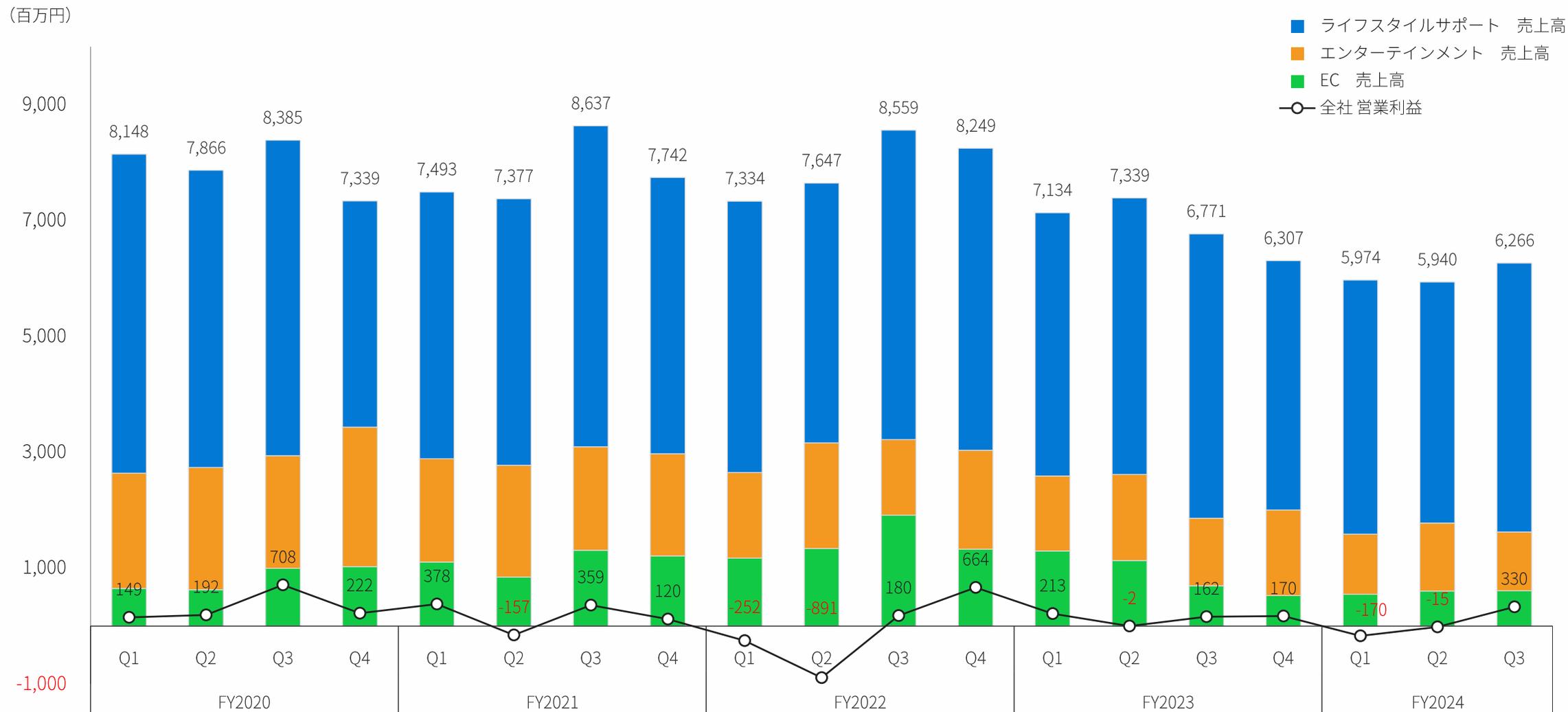
Y/Y減収増益、Q/Q増収減益

セグメント売上： 607百万円

セグメント利益： -57百万円

- 引き続き、「lujo」「OBREMO」の顧客数の増加によりQ/Qで増収
- 「lujo」「OBREMO」の増収による増益及びFY2023の「cyma」譲渡による損失の縮小により、Y/Yで増益

## ● 連結四半期業績の推移

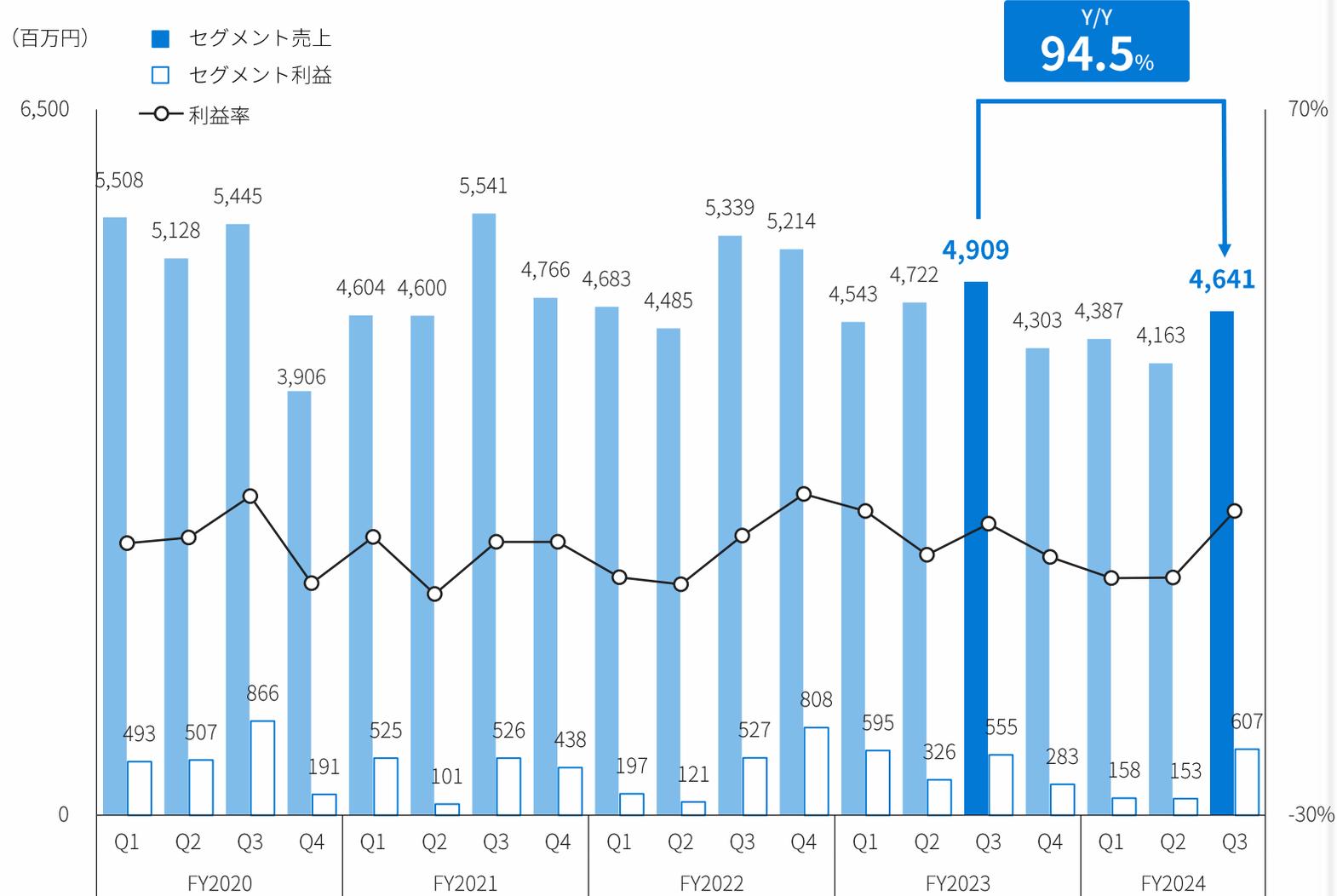


※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

# 4. FY2024 Q3 セグメント別詳説

# ライフスタイルサポート事業

## ● ライフスタイルサポート事業: 四半期業績の推移



※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

## 主な変動要因

	売上	利益
金融メディア	×	×
自動車関連	◎	◎
引越し関連	×	◎
人材メディア	△	×
ブライダル	◎	◎
保険代理店	×	◎
Qiita	◎	◎

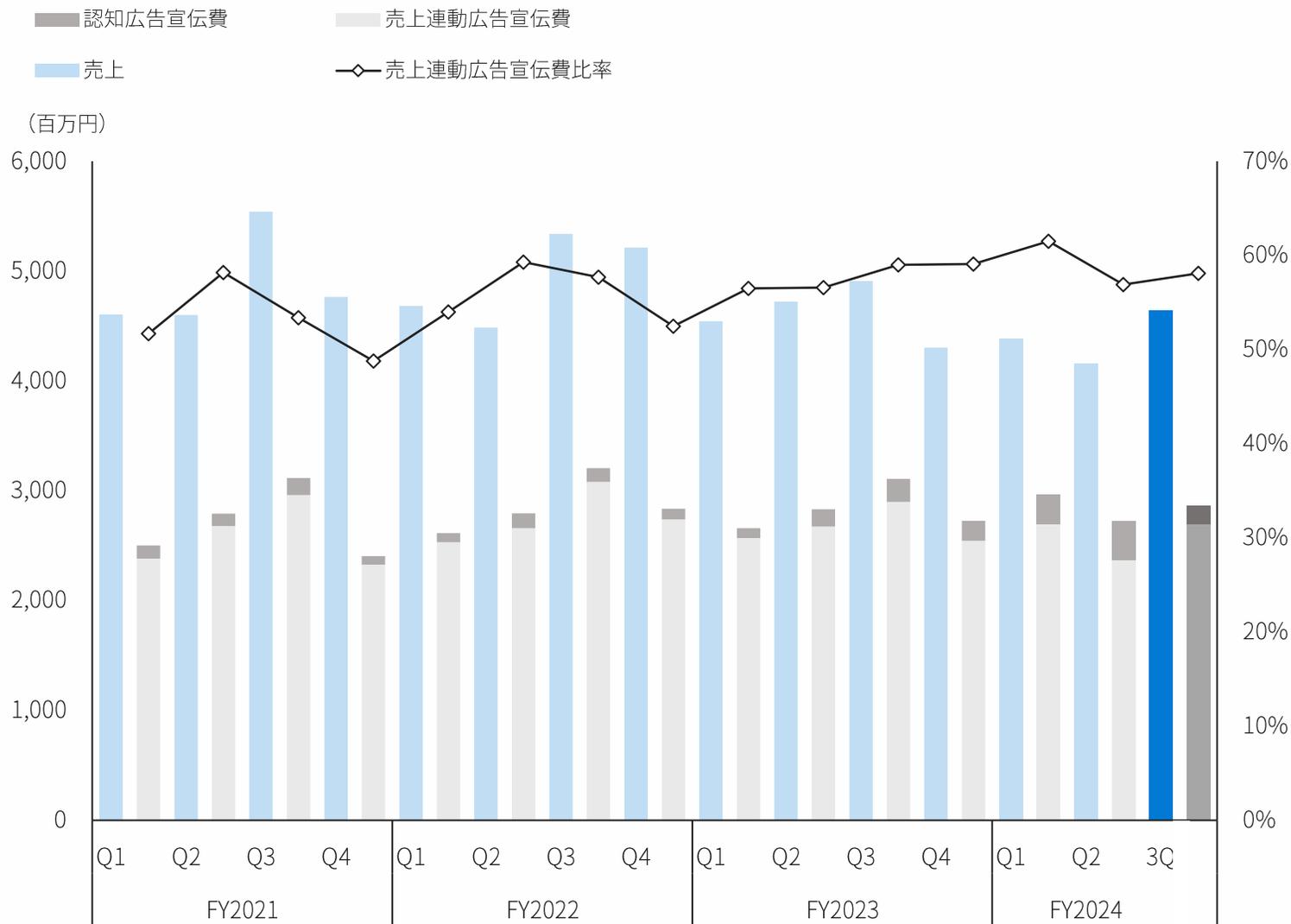
◎ +10%以上      △ -~10%未満  
○ +~10%未満      × -10%以上

※ Y/Y成長率に基づいて表記しております。

## 外部環境を踏まえた主要事業の状況

事業	外部環境	事業の状況
金融メディア	GoogleのコアアルゴリズムアップデートによってE-E-A-T（Googleの品質評価基準）がより強化。	Googleのコアアルゴリズムのアップデートに起因するSEO獲得の影響によって、利用件数が減少、Y/Y・Q/Qで減収・減益。
自動車関連	中古車価格が新車市場の動き出しにより一定の下落をしたものの、比較的高めの水準を維持。	競合サービスとの競争激化、中古車市場の特需が一巡するも、獲得チャンネルの拡大により、件数増加に伴い増収増益。
引越し関連	引越し市場は概ね横ばいに推移。	Googleのコアアルゴリズムのアップデートに起因するSEO獲得の影響によって、利用件数が減少し減収。一方で、新電力会社及び通信事業者への送客事業の送客停止に伴い損失が縮小し、増益。
人材メディア	企業・求職者ともにニーズが高く、引き続き市場環境は良好。	SEO順位の低下に伴う獲得件数の減少等により、Y/Yで減収・減益。
ブライダル	コロナ前水準の8割程度まで市場が回復。	売上がY/Yで増加したことに加え、広告宣伝費を抑制し投資効率の改善を行ったことでY/Yで増益。
保険代理店	コロナ不安での特需が落ち着き、市場は横ばいに推移。	利益確保に向けて広告投資を抑えたため、第3四半期会計期間で黒字化。

## デジタルマーケティング支援ビジネス: 四半期広告宣伝費の推移



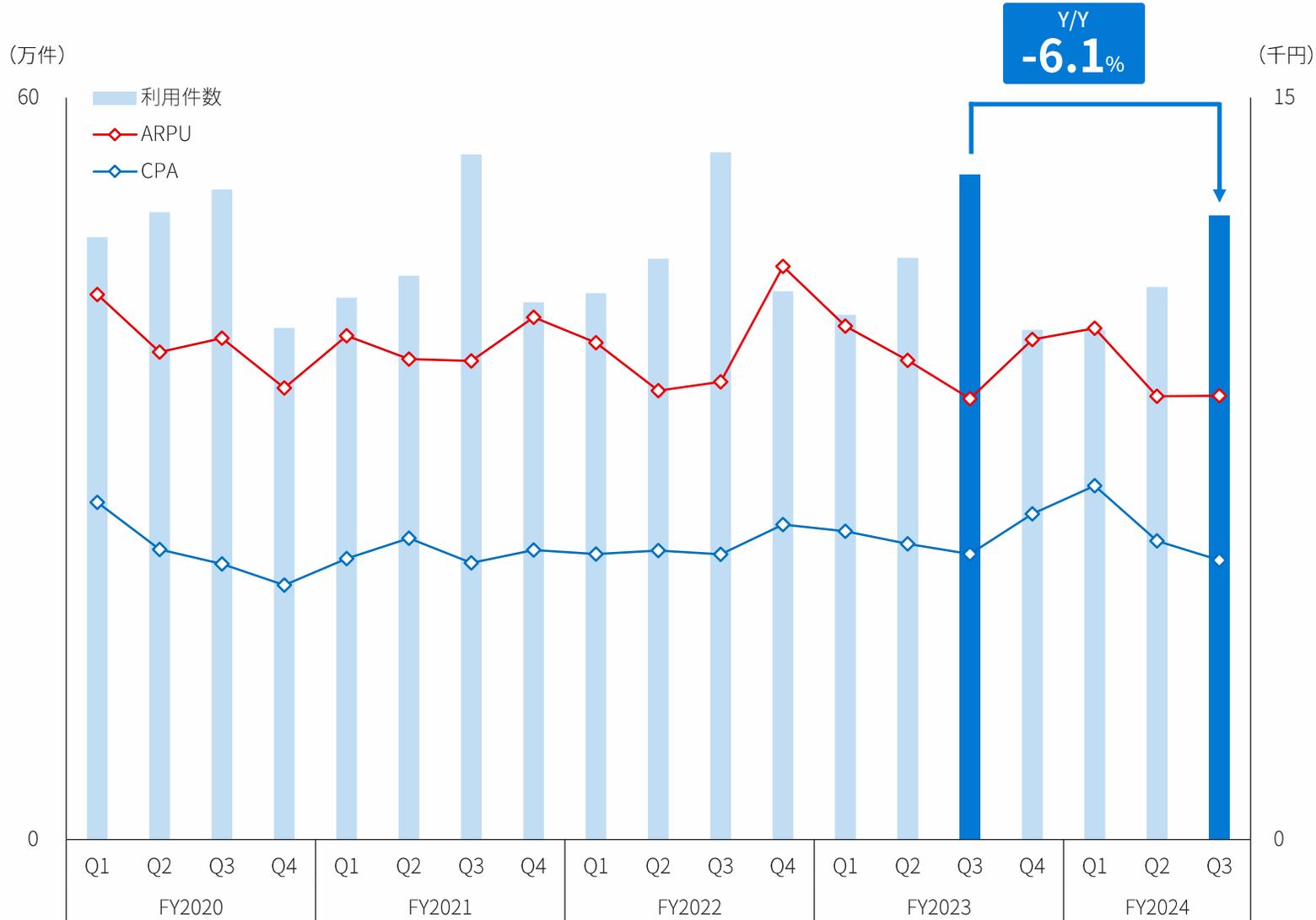
- Web広告などの広告宣伝費とブランド形成を目的とした広告宣伝費を分け、顧客獲得の効率性をモニタリング
- 広告宣伝費及び売上連動広告宣伝費比率は売上の増加に伴いQ/Qで微増するも、Y/Yでは抑制

【売上連動広告宣伝費】  
Web広告などの広告宣伝費

【認知広告宣伝費】  
ブランド形成を目的とした広告宣伝費

【売上連動広告宣伝費比率】  
売上連動広告宣伝費 ÷ 売上高

## デジタルマーケティング支援ビジネス: KPI推移



- 利用件数はY/Yで6.1%の微減
- 季節トレンドにより、利用件数はQ/Qでは増加

### 【主要6事業の内訳】

引越し事業/引越し周辺サービス・自動車関連事業・ブライダル事業・金融メディア事業・人材メディア事業・保険代理店事業

### 【①利用件数】

主要6事業の利用件数（各サービスの利用件数のうち、売上が発生した件数）の合計（※同一利用者が複数サービスを利用した場合、獲得コスト発生ペース）

### 【②ARPU：利用者1人/組あたりの売上高】

セグメント売上÷【①利用件数】

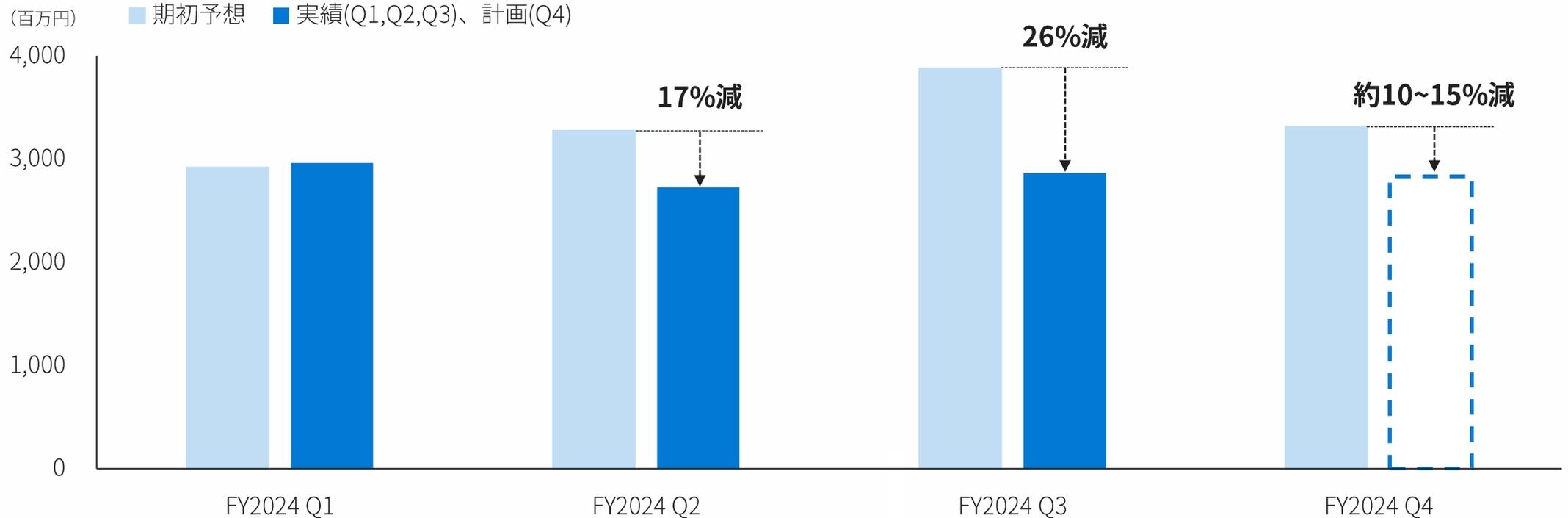
### 【③CPA：顧客獲得1人あたりの広告単価】

広告宣伝費÷【①利用件数】

## 安定的な利益確保に向けて、下期も引き続きコスト最適化を実施していく

安定的な利益確保に向けてライフスタイルサポート事業全体でコストコントロールを実施。

Q2に引き続き、Q3も計画通り広告宣伝費を抑制した。Q4についても、引き続き利益確保に向けてコスト最適化を図る。

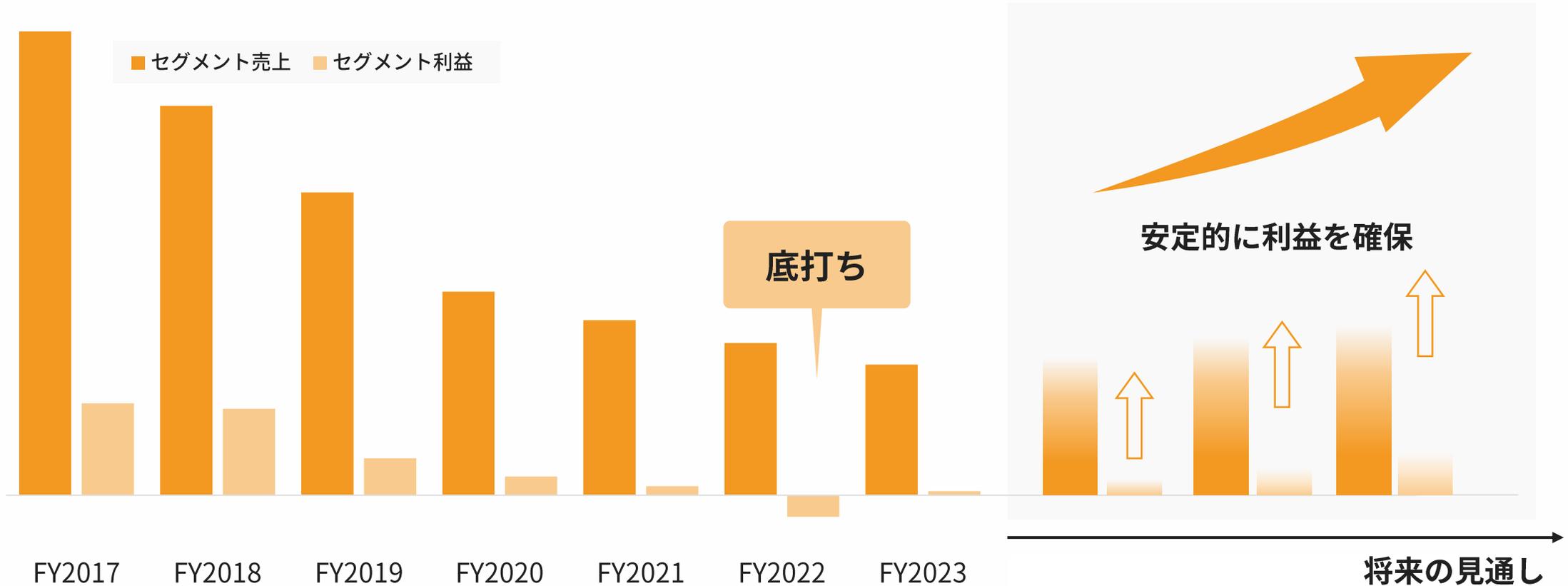


※ Q4の広告宣伝費の期初予想及びQ4の計画に関しては、上記資料発表日における当社の目標値であり、実際の数値を保証するものではありません。

# エンターテインメント事業

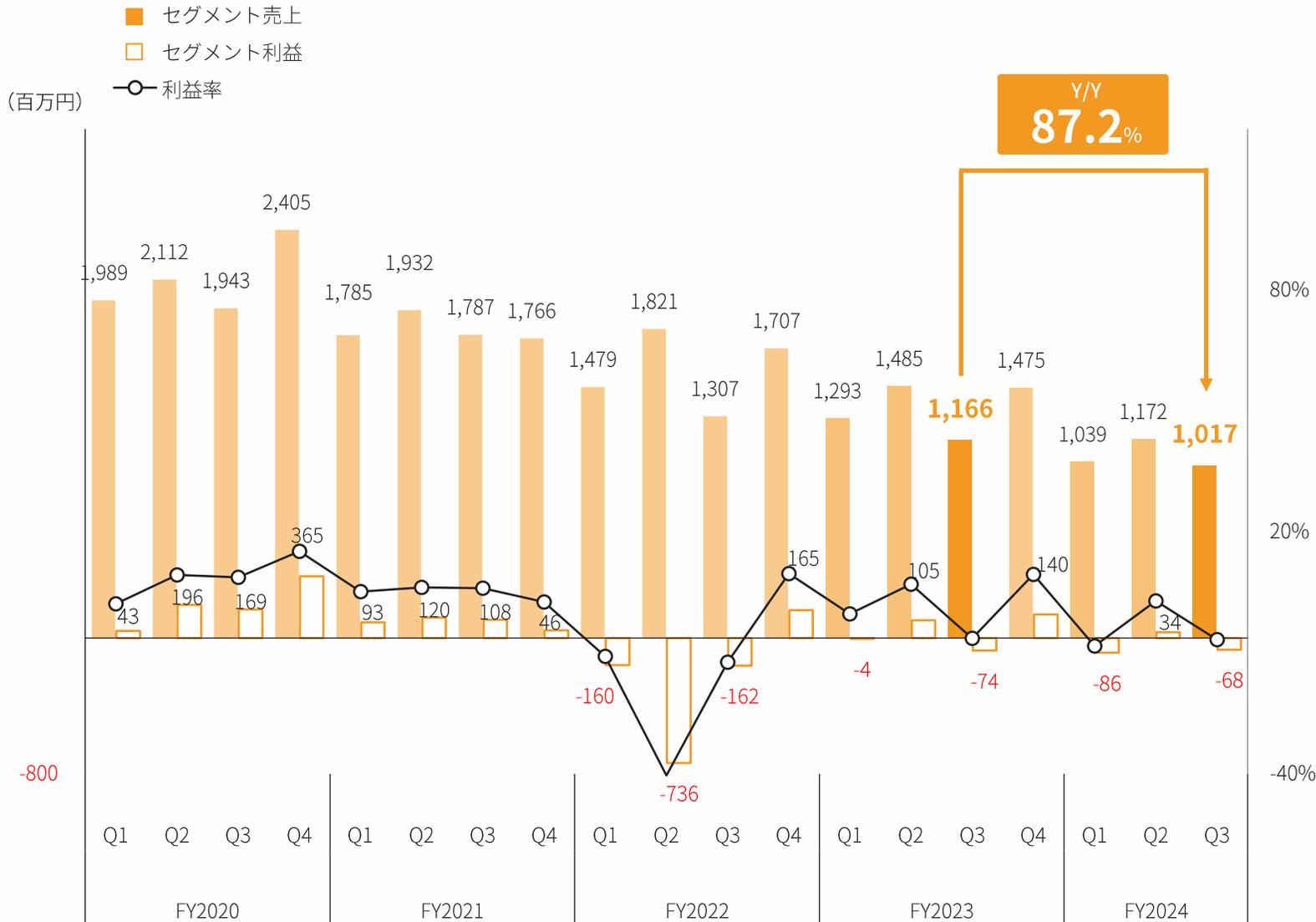
## 効率運営の既存タイトル × 協業案件により、安定的に利益を確保していく

既存タイトルで安定的な利益創出を図り、損失はFY2022で底打ち。協業案件等により、今後は成長の見通し。



※ 今後の見通しは、上記資料発表日における当社の目標であり、実際の数値を保証するものではありません。

## エンターテインメント事業: 四半期業績の推移



## 主な変動要因

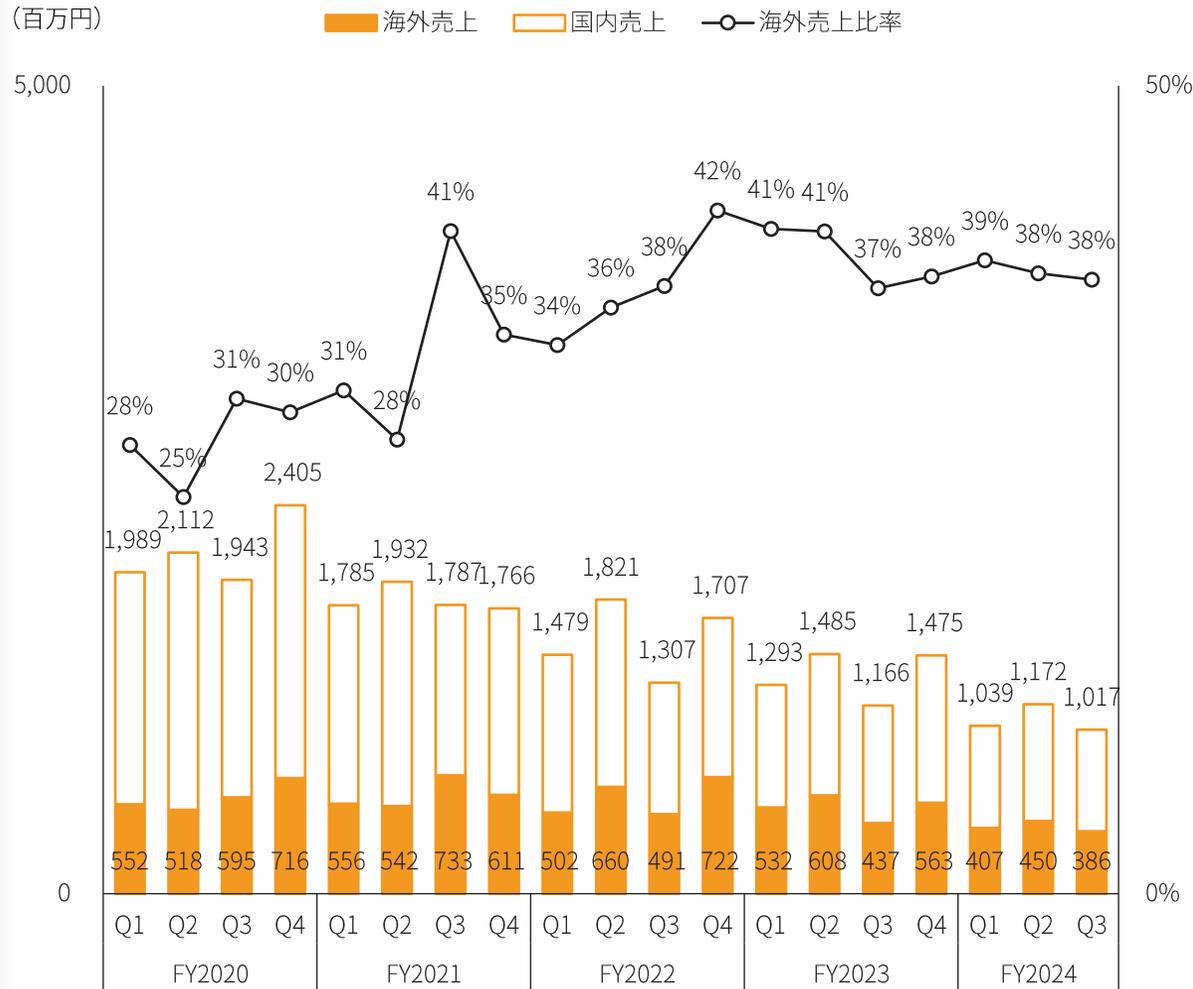
### 売上

- 既存タイトルのダウントレンドにより、引き続き減少傾向であり、全体はY/Y、Q/Qで減収

### 利益

- 既存タイトルの効率的な運用や経費抑制を引き続き実施するも、セグメント売上の減収に伴う減益によりQ/Qで損失が拡大
- Q/Qで減益になるも、協業案件による受託開発により、Y/Yで微増

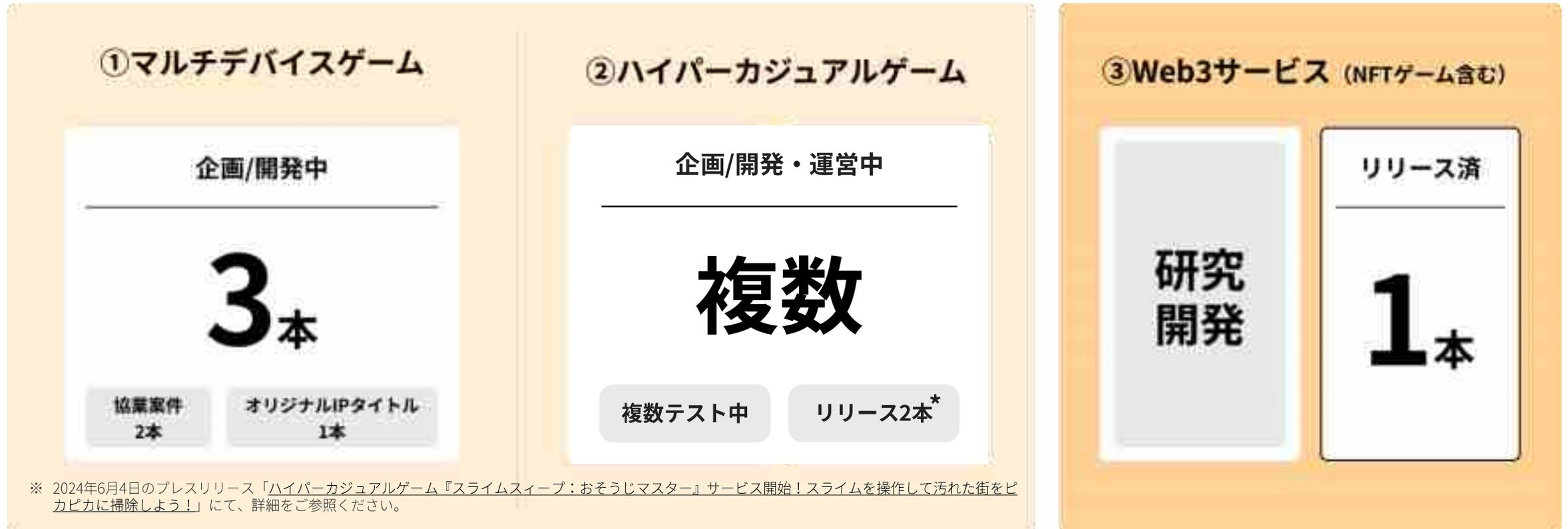
## エンターテインメント事業: 海外売上への四半期推移



配信国・地域	日本	米国	欧州連合	台湾/香港	韓国	東南アジア
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●			●		
	●			●		
	●	英語版				
	●	英語版				

## 効率運営の既存タイトルと協業案件により、安定的な利益創出に向けて体質改善

既存タイトルの効率運営により安定的に利益創出を図りつつ、マルチデバイス（新規）は協業により開発費の負担軽減。安定的に利益確保を図りながら、オリジナルIPタイトルにバランスよく投資していく。

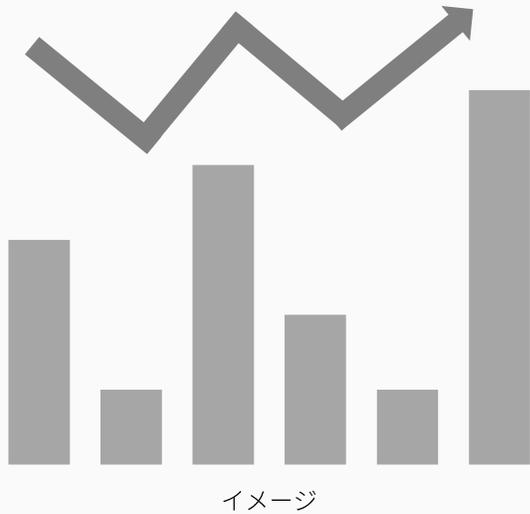


# EC事業

# 定期購入型のビジネスモデル、継続顧客の積み上げにより売上が伸びる収益構造

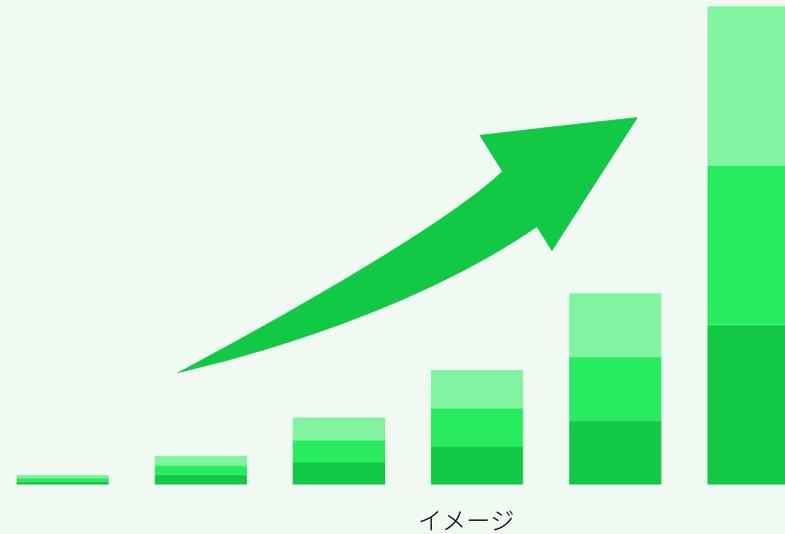
これまでのEC事業

単発購入型のビジネスモデル  
顧客当たり利用回数は少ない

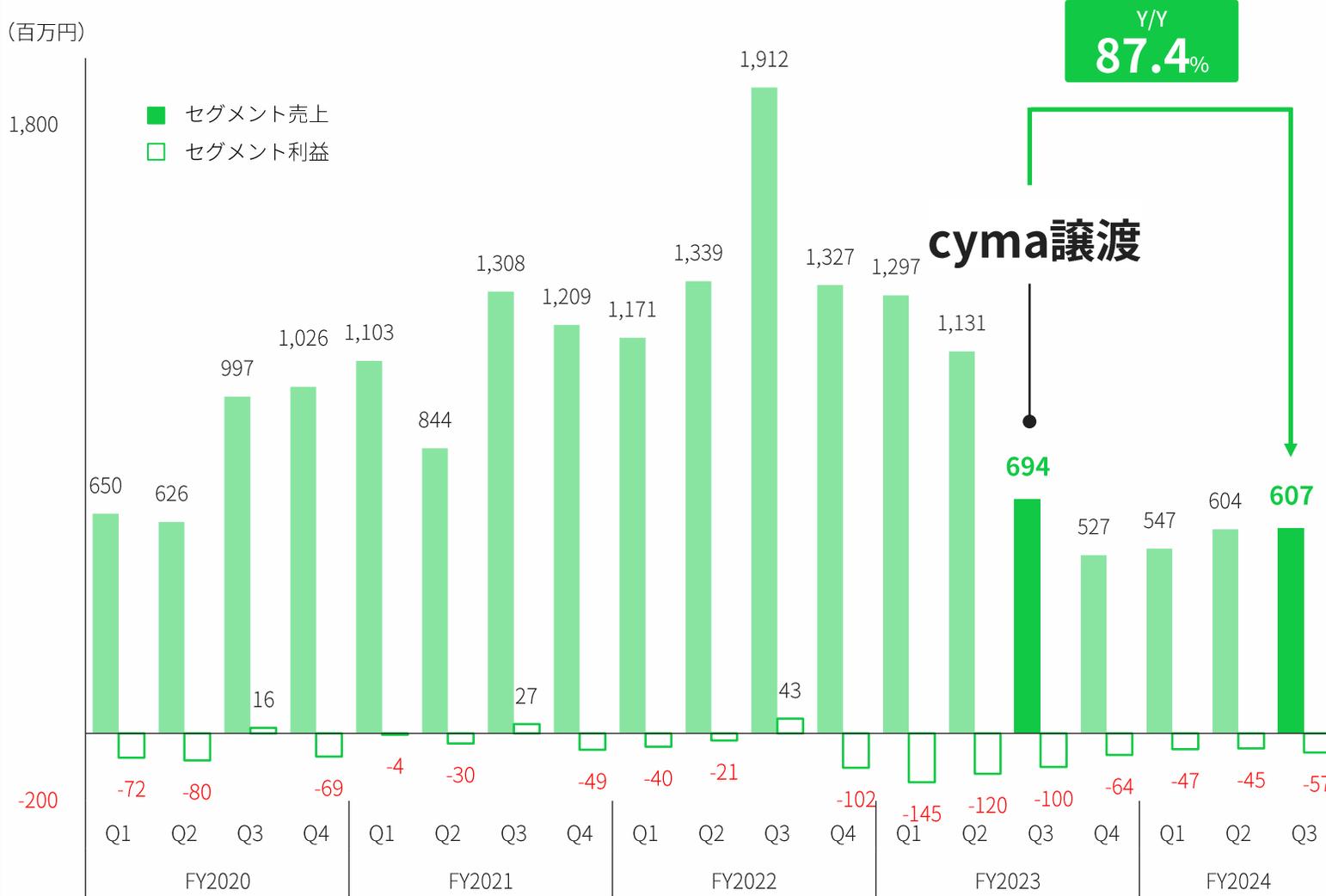


「cyma」譲渡した今後のEC事業

D2C×定期購入型のビジネスモデル  
継続顧客の積み上げで、安定成長する収益構造を図る



## EC事業: 四半期業績の推移



※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

## 主な変動要因

### 売上

- 2023/3/1付の「cyma」譲渡に伴い、Y/Yで減収
- 化粧品ブランド「lujo」及びドッグフードブランド「OBREMO」は、Y/Yで顧客数の増加により増収

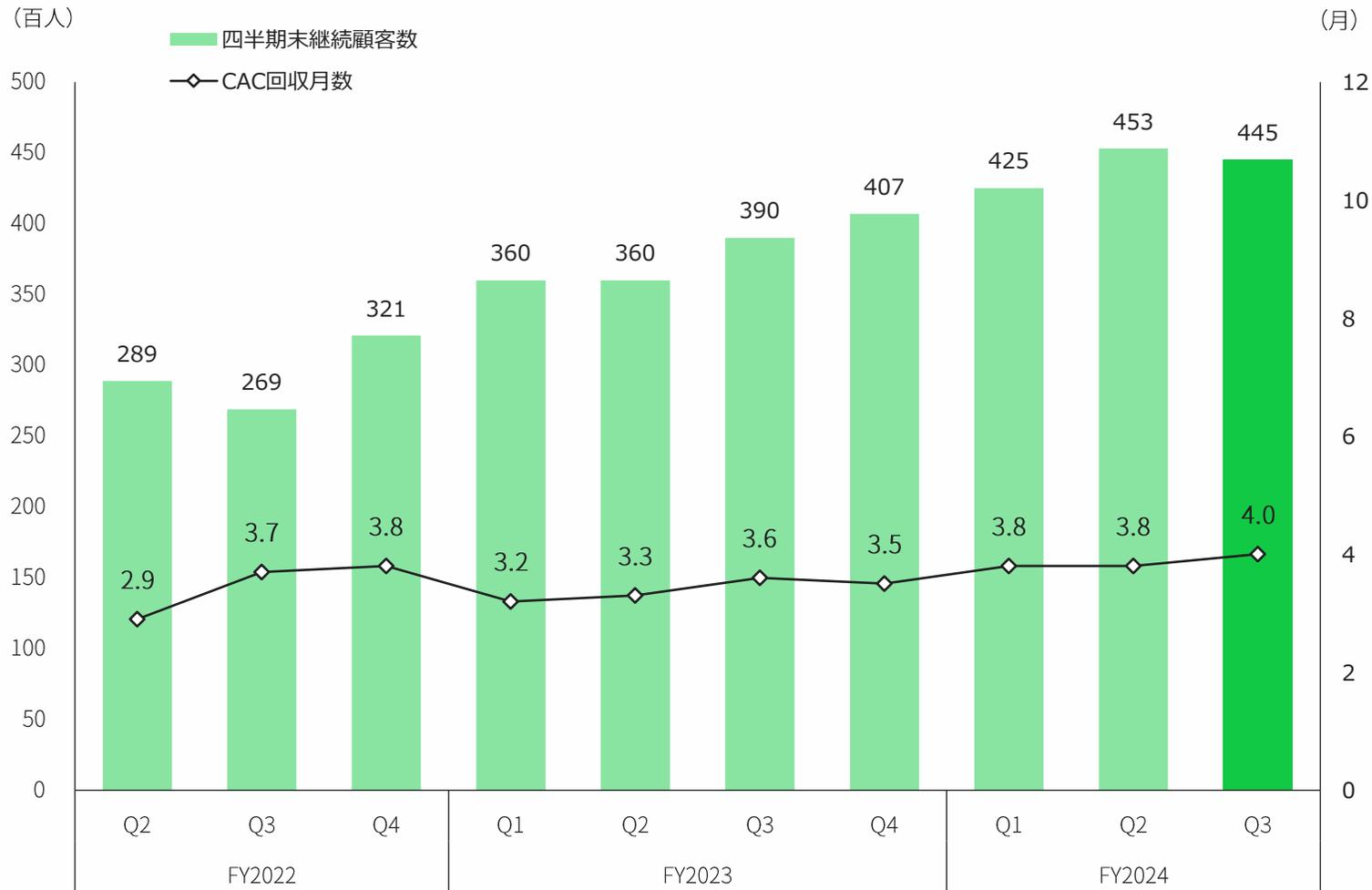
### 利益

- 「cyma」譲渡による損失の縮小、「lujo」「OBREMO」の増収により、Y/Yで増益

※ 自転車専門通販サイト「cyma-サイマ」は2023年3月1日付で譲渡しております。詳細は適時開示をご参照ください。

※ 化粧品ブランド「lujo (ルジョー)」は2020年3月10日よりサービスを開始しております。

※ ドッグフードブランド「OBREMO (オブレモ)」は2021年8月30日よりサービスを開始しております。



- コスト最適化により顧客数はQ/Qで一時的に微減
- CAC回収月数はある程度一定に保ち、効率は維持

※ データ取得の都合によりFY2022 Q2より記載しております。  
 ※ 本データは「lujo」及び「OBREMO」を集計したものです。

【四半期末継続顧客数】  
 四半期末日時点における継続顧客数

【CAC】  
 Customer Acquisition Cost・顧客当たりの獲得コスト

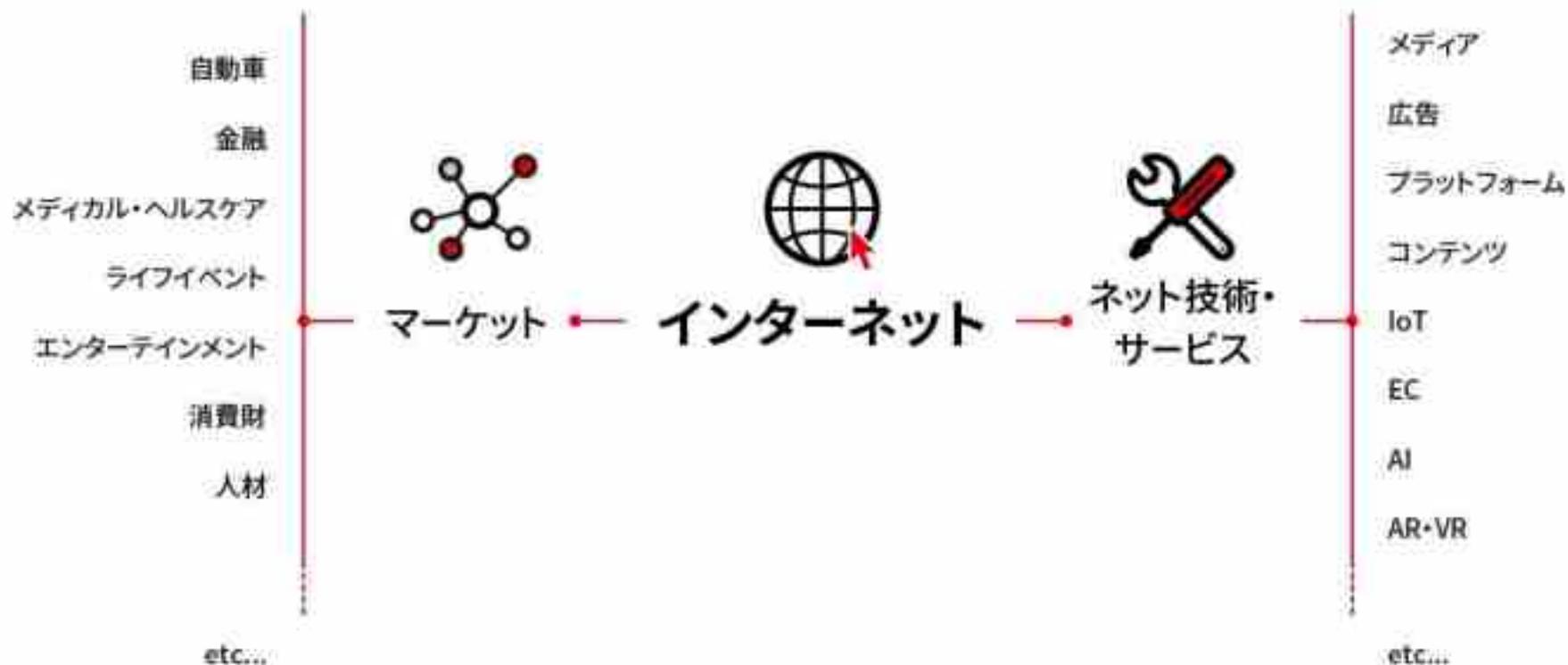
【CAC回収月数】  
 $CAC \div$  顧客当たり限界利益

今後に向けて

M&A及び事業シナジー創出により収益力を向上  
売上向上支援カンパニーへの変革を図り  
企業価値向上を実現します

# APPENDIX：会社概要

## エイチームはインターネットを軸に事業展開する総合IT企業です



## ● 会社概要 (2024年4月30日現在)

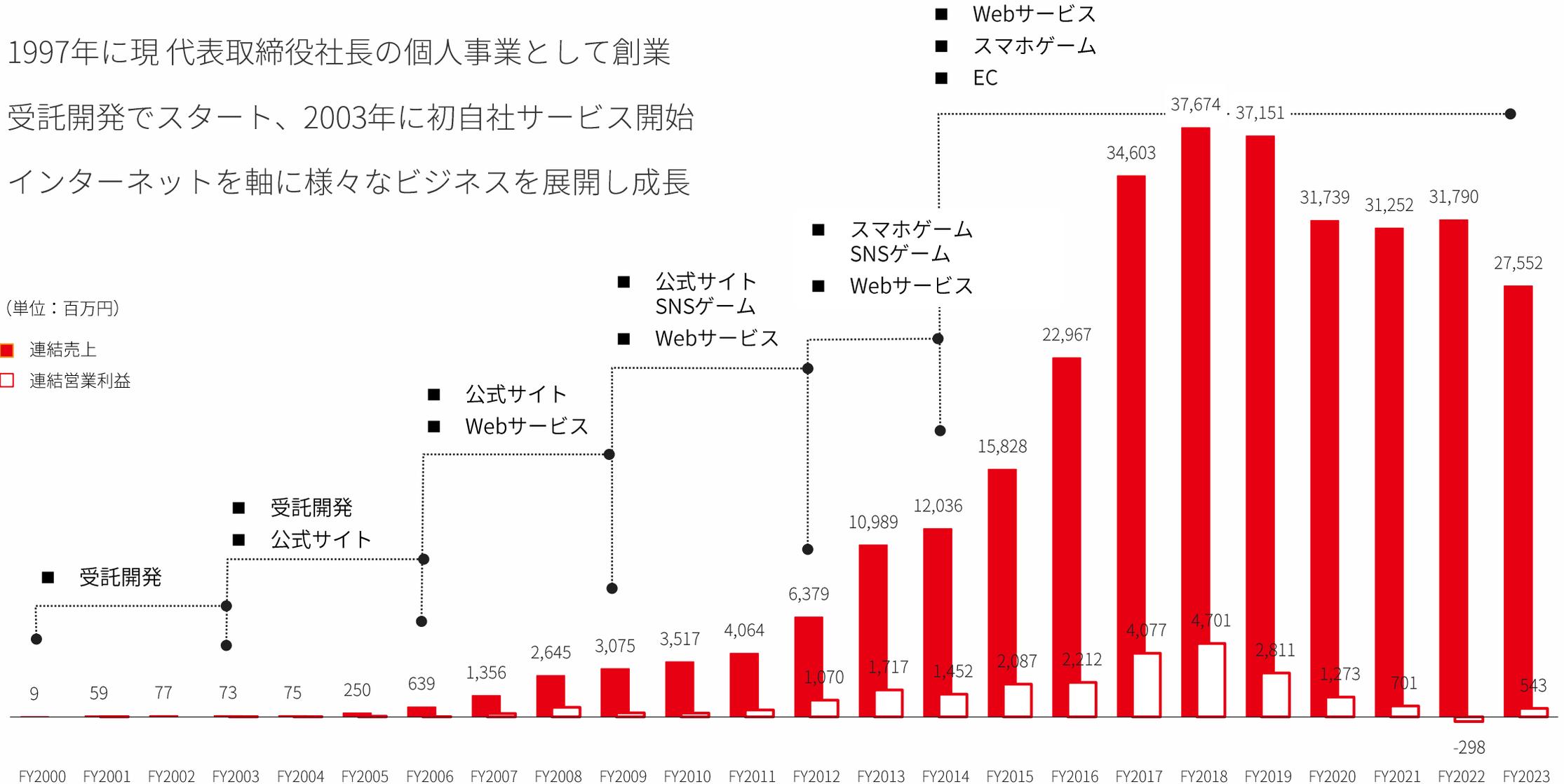
商号	株式会社エイチーム
証券コード	東証プライム 3662
設立	2000年2月29日
本社所在地	名古屋ビルヂング32F
代表取締役社長	林 高生
業種	情報・通信
セクター	インターネット・ゲーム
決算期	7月末
連結子会社数	8社（国内7社、海外1社）
連結社員数	815名（役員、アルバイトを除く）
単元株式数	100株



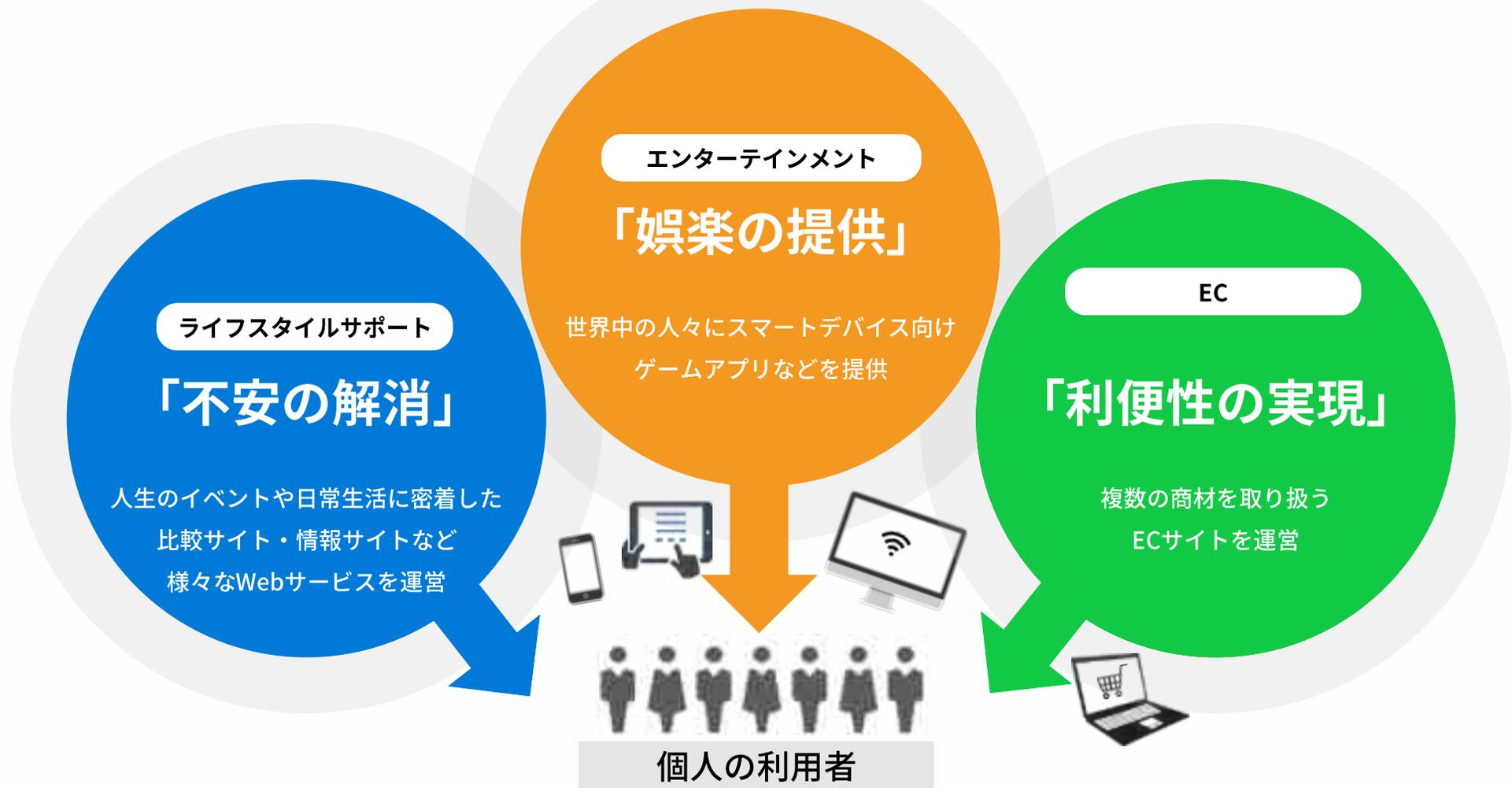
- 1997年に現代表取締役社長の個人事業として創業
- 受託開発でスタート、2003年に初自社サービス開始
- インターネットを軸に様々なビジネスを展開し成長

(単位：百万円)

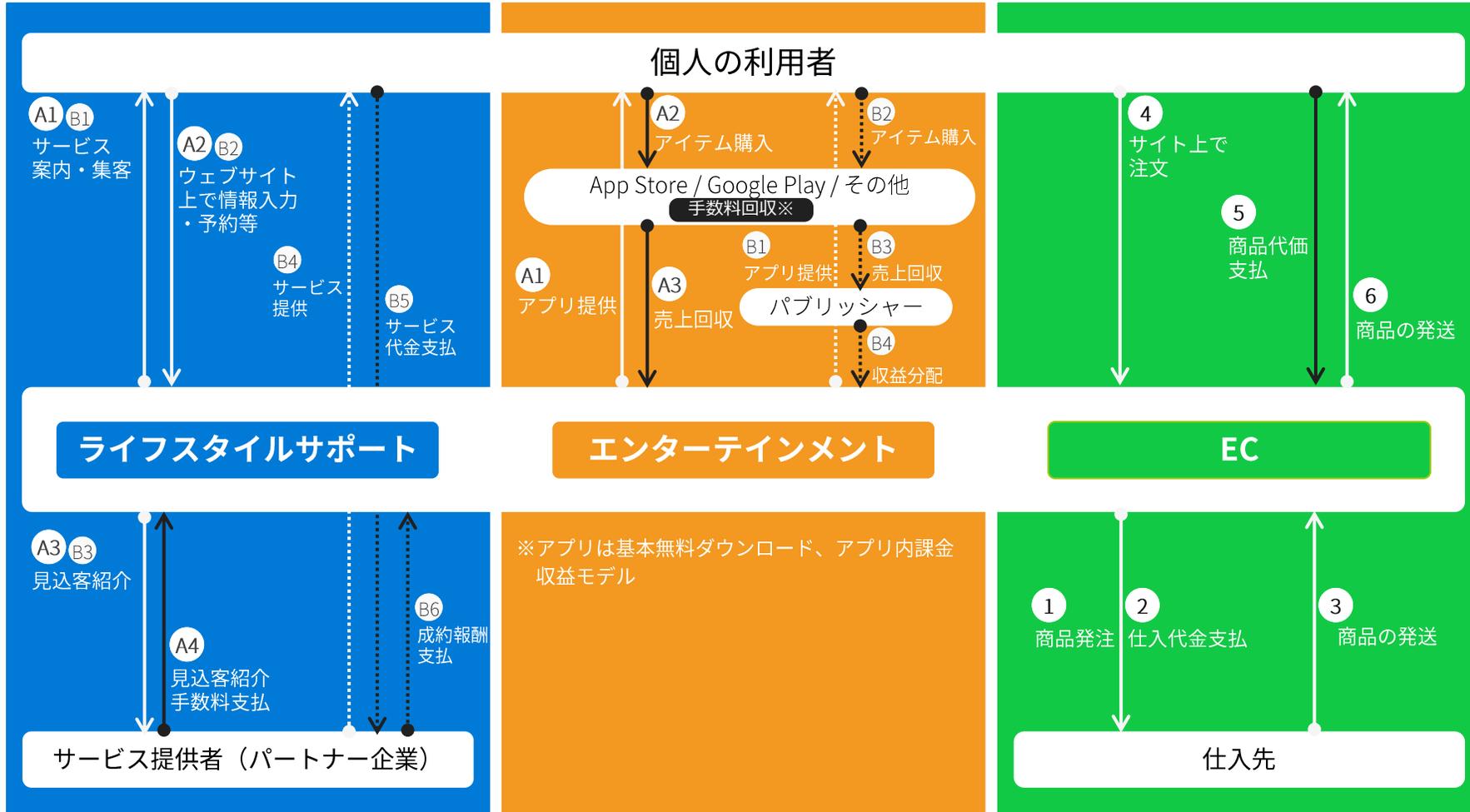
■ 連結売上  
□ 連結営業利益



## インターネットを軸に様々なサービスを提供



A …… メイン収益のビジネスモデル (実線矢印)
 B …… サブ収益のビジネスモデル (点線矢印)
 
 …… 商流
 
 …… 金流



手数料 …… App Store及びGoogle Play等、アプリ配信専用プラットフォーム運営者への支払手数料。アプリ内課金収益から手数料差引後入金。売上はグロス計上

## ライフスタイルサポート事業

引越し比較・  
予約サイト



車査定・  
車買取サイト



結婚式場  
情報サイト



暮らしの「まよい」を  
解決する情報メディア



技術情報  
共有サイト



## エンターテインメント事業



少女☆歌劇 レヴュー  
スタアライト -Re LIVE-



ヴァルキリーコネクト



ユニゾンリーグ



ダービーインパクト



ダークサマナー



快眠サイクル時計

## EC事業

lujo

化粧品・スキンケアブランド



OBREMO

ドッグフードブランド



# APPENDIX

## プライム市場上場維持基準の適合に向けた取組

再成長を狙うべく、  
事業価値向上に取り組みつつ、刷新した成長戦略を遂行

① 刷新した成長戦略の遂行

② 投資事業の成長と  
収益性が悪化した事業の回復

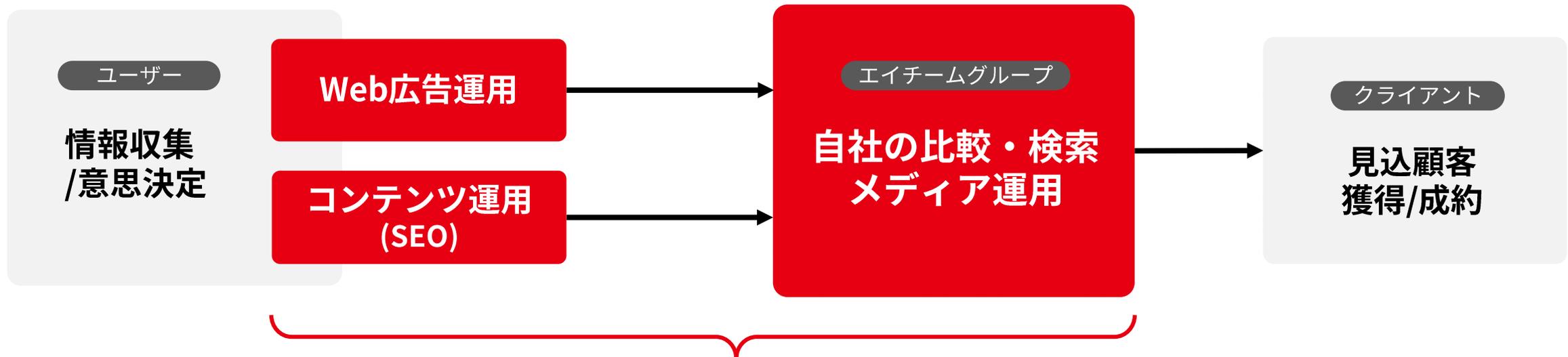
## ① 刷新した成長戦略の遂行

強みであるデジタルマーケティング力を中心に、周辺市場・周辺機能を拡充し、  
より多くの取引先に対してサービスを提供していく。

**インオーガニック投資でメディア・機能などを獲得**し、さらなる事業成長を狙う。

## 当社グループの強み：デジタルマーケティング力

Web広告運用やコンテンツ運用（SEO）などの**デジタルマーケティング力**が当社グループの強み。最大セグメントであるライフスタイルサポートセグメントにおいて高い収益性を実現している。



**Web広告運用・コンテンツ運用・自社メディア運用を  
自社で統合的に実施し、他社にはないデジタルマーケティング力を実現**

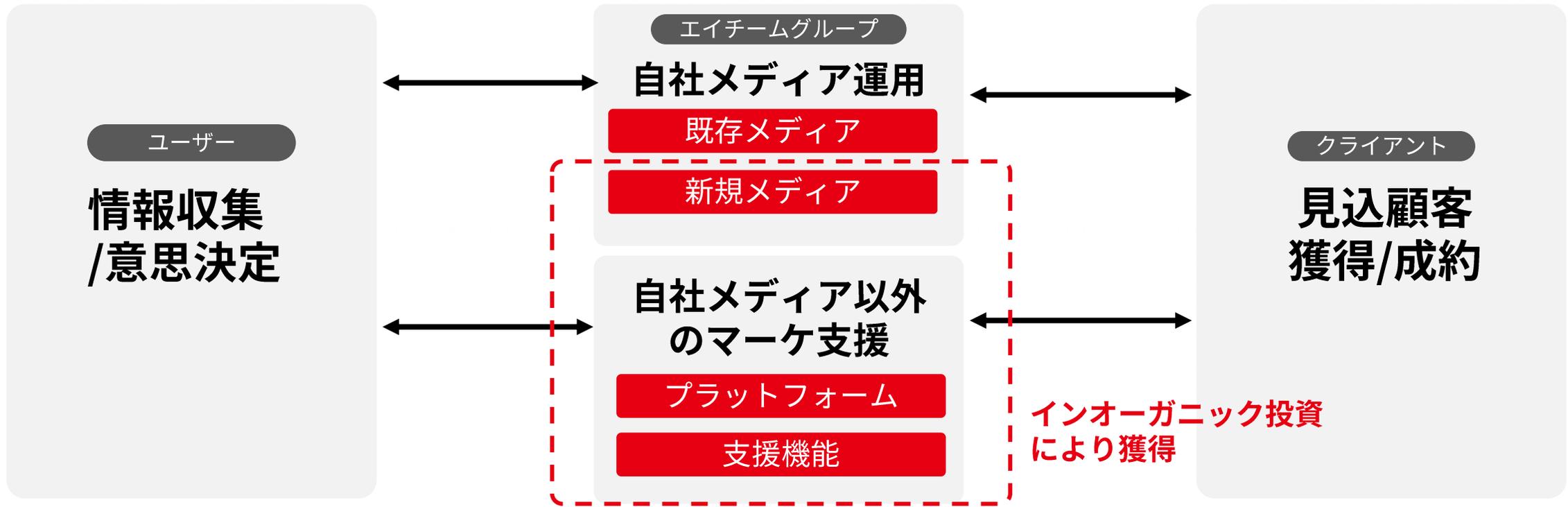
## ユーザーとクライアントを結びつけることで報酬をいただくビジネスモデル

ライフスタイルサポート事業の主なビジネスモデルは、ユーザーの課題・悩みを元に適切な情報や選択肢を提示することで、クライアント企業の選択・意思決定を支援。その結果としてクライアントから報酬を獲得。

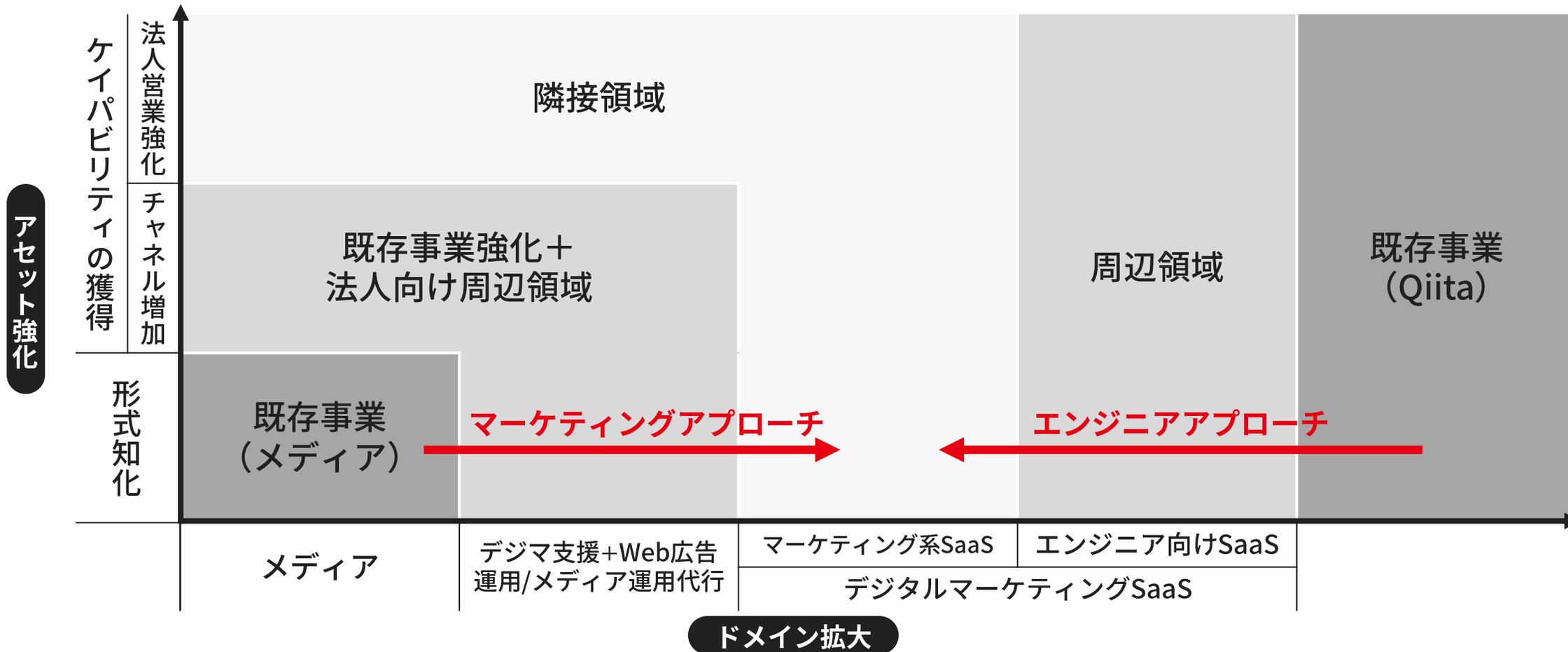


# インオーガニック投資で獲得するメディア・機能により、ビジネスモデルを拡大

中長期的に新規メディアの追加に加え、自社メディア以外でのプラットフォームや支援機能などto B向けにデジタルマーケティングを横展開・拡張していくことで、より大きなインパクトを生む事業へと拡大させ、非連続な成長を目指す。

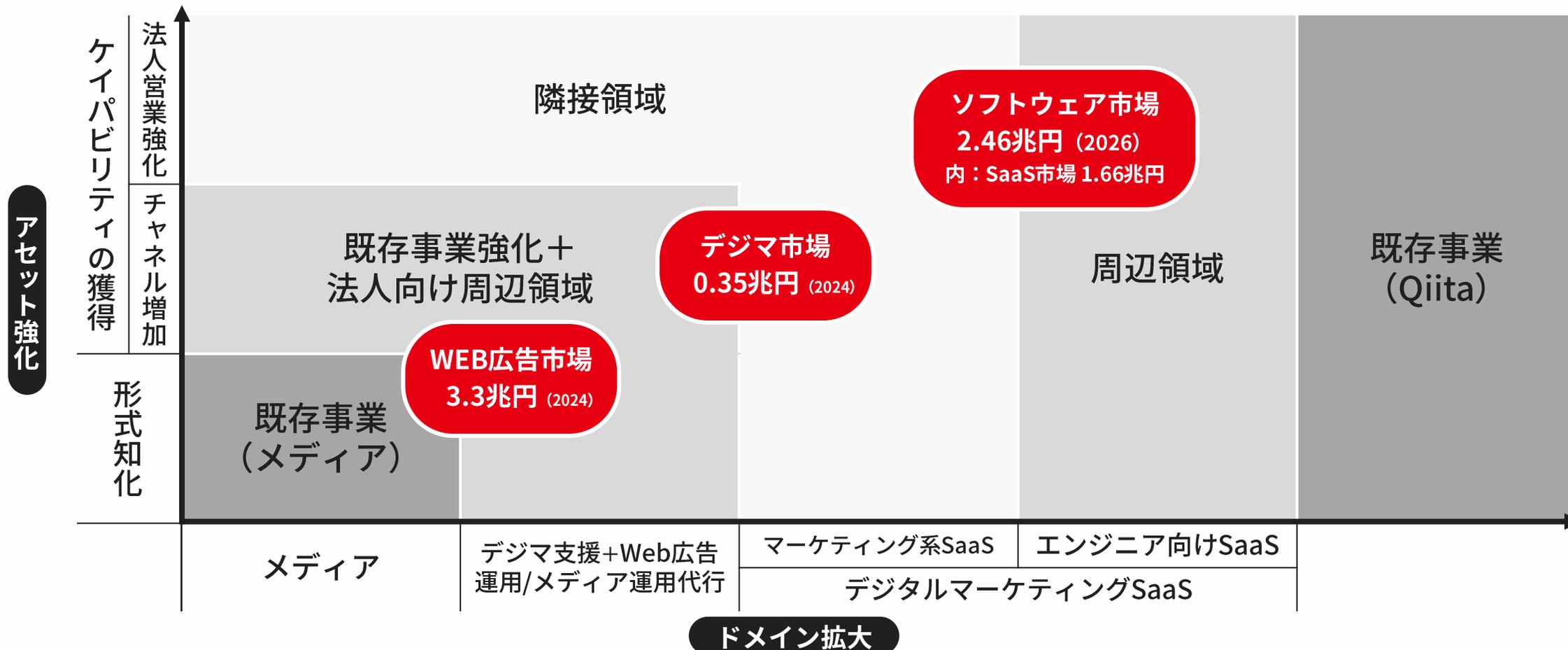


# アセット強化及びドメイン拡大の観点で既存メディアから周辺領域へ展開 「デジタルマーケティングノウハウ」 + 「Qiitaの強み」を活かして領域を拡大



# 今後、進出する領域の市場規模は約6兆円の見込み

※ 本資料に記載した各領域の市場規模に関しては「矢野経済研究所・富士キメラ総研」を出典元として参照しております。



# 当社の強みを強化、もしくは強みを活用できる領域でM&Aを推進

マーケティング  
プロセス

サービスカテゴリ

認知

SNS運営

集客・  
見込顧客化

WEB広告運用

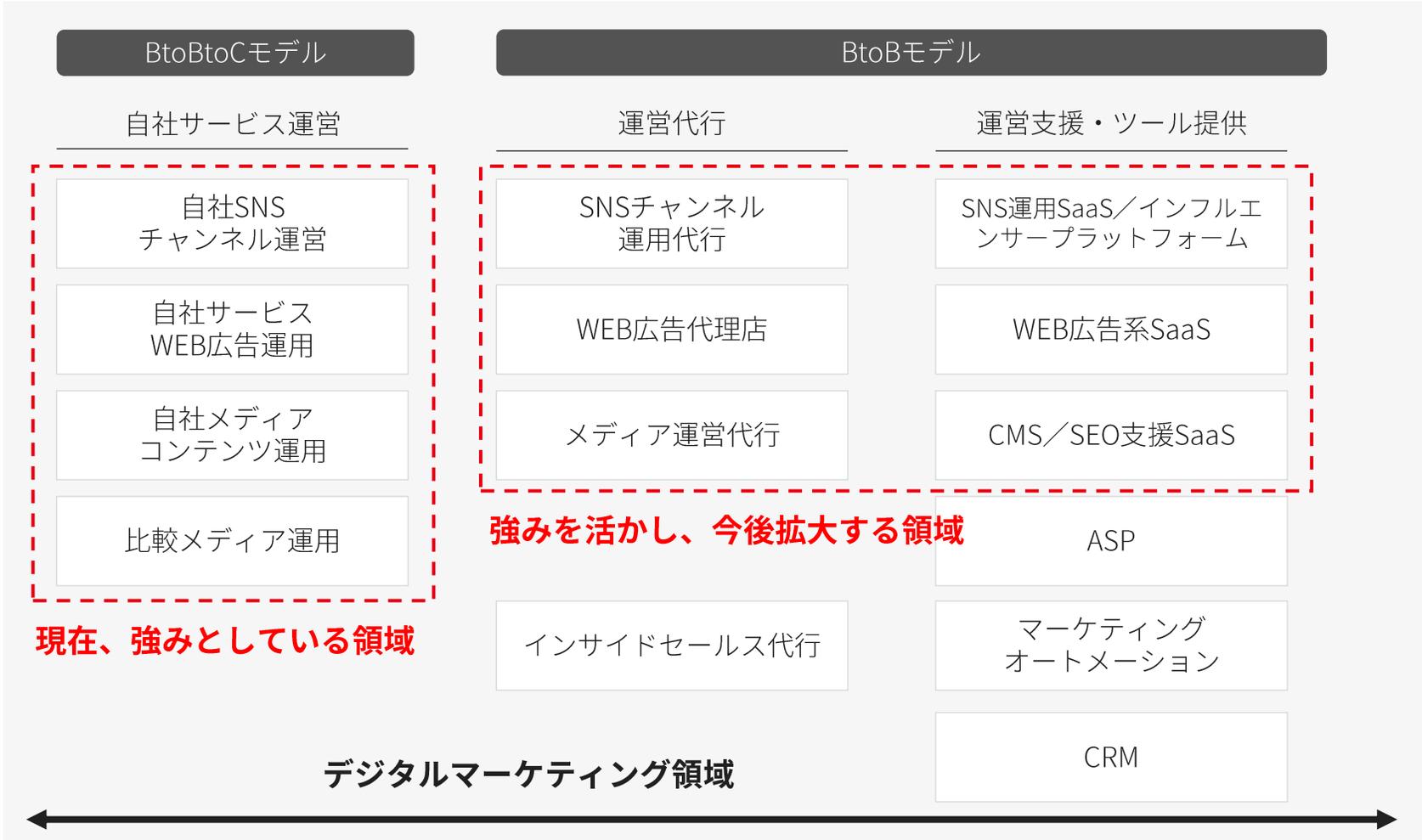
コンテンツ  
マーケティング

ナーチャリング

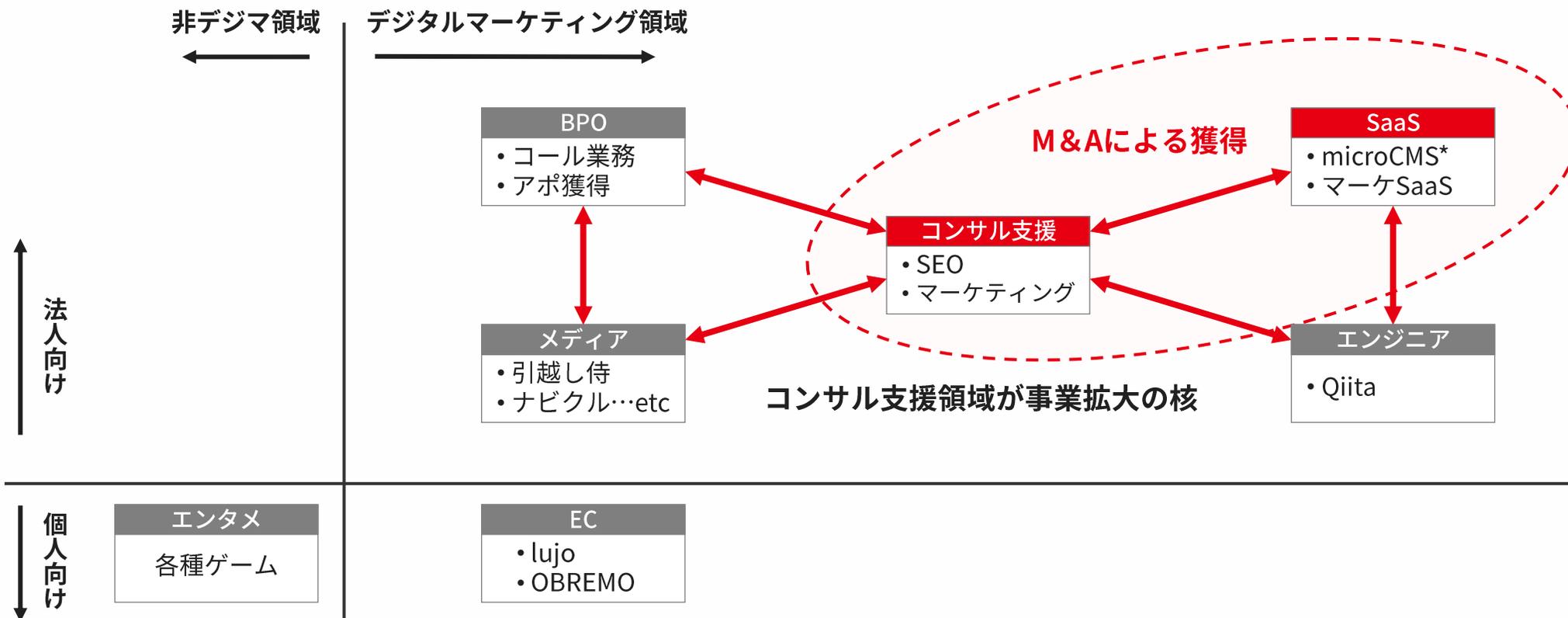
サービス運営

クロージング

顧客管理



# 法人向け集客コンサル等の事業支援領域を戦略の核に据え、事業シナジーを創出できるサービスをM&Aにより取り込み、売上向上支援カンパニーとして成長



※ 2024年5月9日に開示した「株式会社microCMSの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」の通りmicroCMS社の株式取得を決定し、その全株式を2024年6月3日付で取得しております。

## ② 投資事業の成長と 収益性が悪化した事業の回復

FY2025までに、投資事業の多くが投資回収期に入る見込み。  
投資回収が遅れた場合でも、投資額の上限設定を行うことでさらなる支出増を抑制。  
さらに、コロナ影響で悪化していた事業の回復（主にブライダル事業）を狙う。

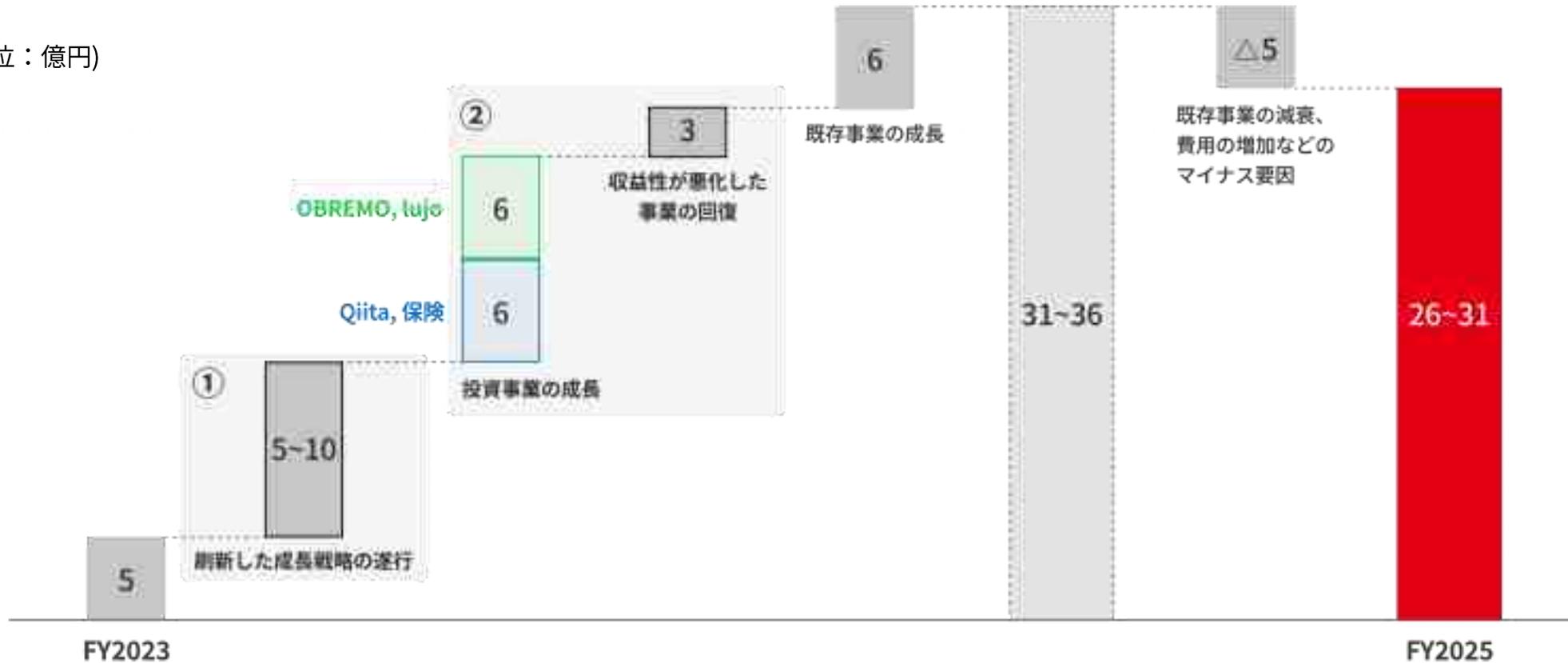
## 各種取組により、FY2025に合計15億円の利益増加を目指す

		利益増加額	取組
投資事業の成長	OBREMO, lujo	+6億円 ※	<ul style="list-style-type: none"> <li>（OBREMO, lujo）生涯期待収益が必要コストを上回っており、顧客の積み上がりに伴い収益性が改善する見込</li> <li>（Qiita）イベント収益の拡大及び収益変動に合わせたコストコントロールを行う</li> <li>（保険）集客効率の向上並びに既存顧客からの再契約獲得</li> </ul>
	Qiita, 保険	+6億円 ※	
収益性が悪化した事業の回復	ブライダル	+3億円 ※	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ影響により挙式数が大きく落ち込んでいたが、5類感染症への移行により回復傾向</li> <li>認知度をコロナ前水準まで回復させ媒体価値を向上</li> </ul>

※ 2023年10月13日に開示した「上場維持基準適合に向けた計画の進捗状況及び計画内容の一部変更について」に記載した内容の再掲です。

# ①②の結果、FY2025において26億円～31億円の営業利益を見込む

(単位：億円)

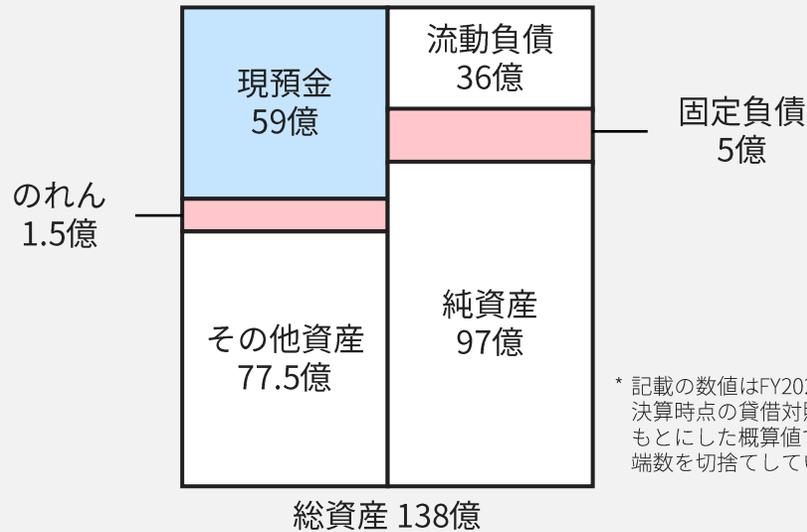


※ 2023年10月13日に開示した「上場維持基準適合に向けた計画の進捗状況及び計画内容の一部変更について」に記載した内容の再掲です。  
 2024年7月期および2025年7月期の営業利益、流通株式時価総額および株価は、上記資料発表日における当社の目標値であり、実際の数値を保証するものではありません。

## 資金調達及び投資による財政状態の変化イメージ

現状のB/S

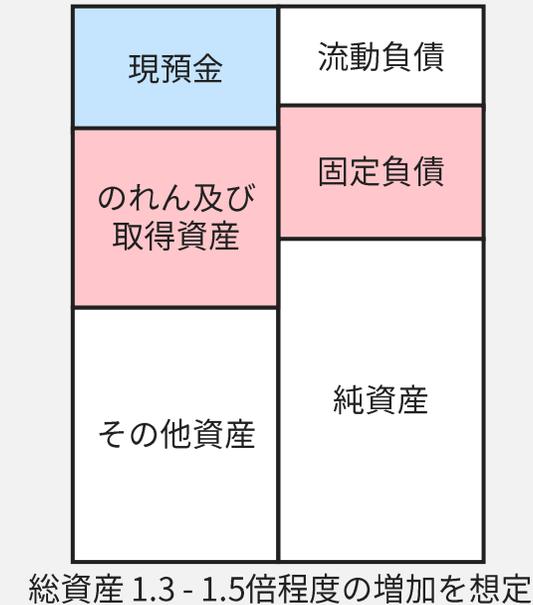
自己資本比率70%、かつ実質無借金であり、  
現預金比率が高く非常に安全性の高い資本構成。  
一方で、資本を有効活用できていない側面あり。



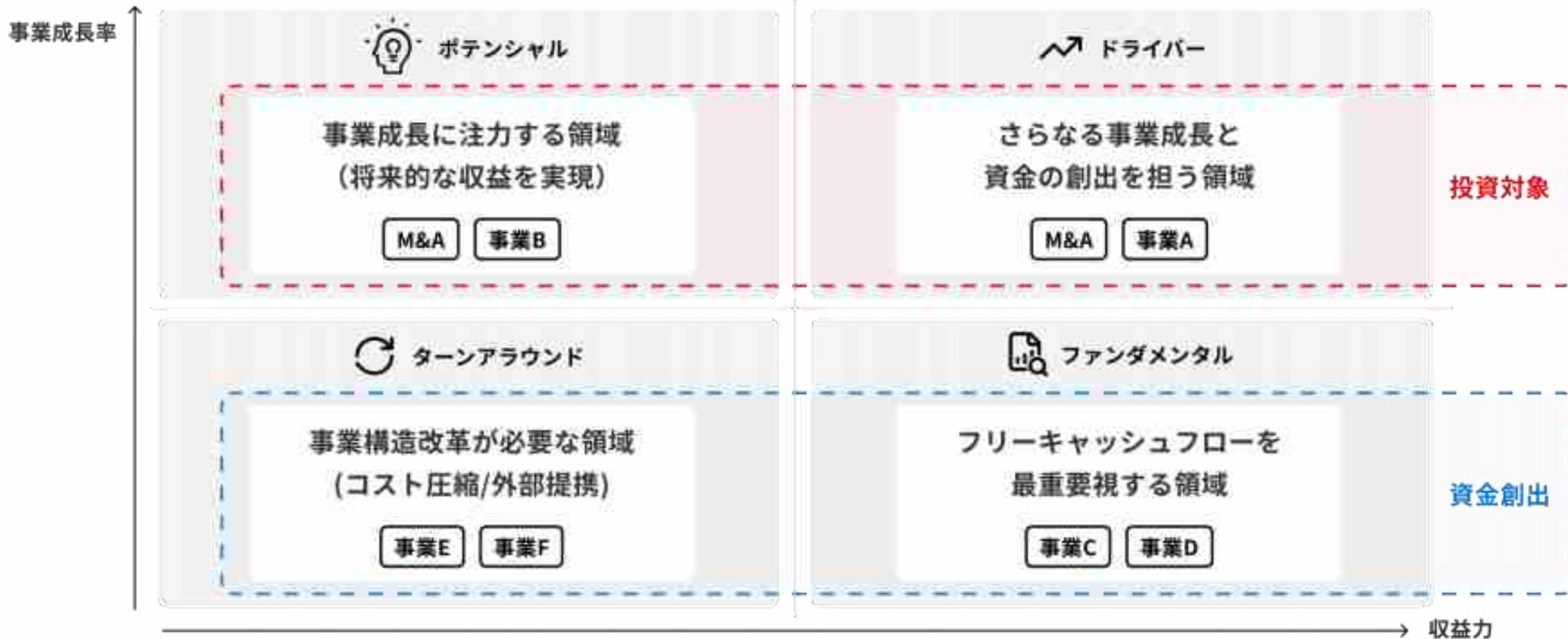
\* 記載の数値はFY2023 通期  
決算時点の貸借対照表を  
もとにした概算値であり、  
端数を切捨てしています

投資実行後の想定B/S

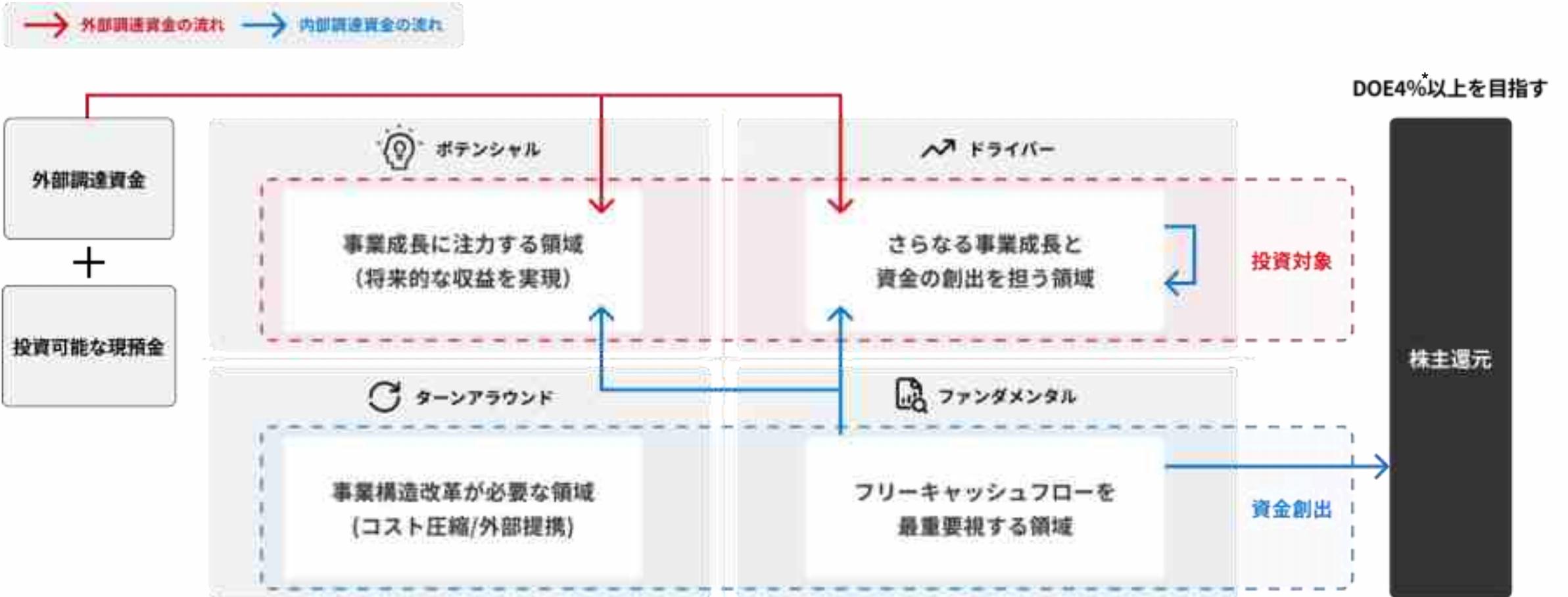
外部からの資金調達、積極的な投資を行うことで  
のれん等を含む資産及び負債が大きく増加。  
ただし、自己資本比率は一定の水準を維持。



## 投資や株主還元に必要な資金を創出するために事業ポートフォリオによる管理へ



# 外部・内部調達資金を将来成長の投資へ配分しつつ、安定的な株主還元を実現



※ 上記資料発表日における当社の目標値であり、実際の数値を保証するものではありません。

# APPENDIX：主な経営指標

● P/L (FY2021 Q1 - FY2024 Q3)

(百万円)

	FY2021				FY2022				FY2023				FY2024		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
売上高	7,493	7,377	8,637	7,742	7,334	7,647	8,559	8,249	7,134	7,339	6,771	6,307	5,974	5,940	6,266
Q/Q増減率 (%)	+2.1	-1.5	+17.1	-10.4	-5.3	+4.3	+11.9	-3.6	-13.5	+2.9	-7.8	-6.9	-5.3	-0.6	+5.5
※ライフスタイルサポート	4,604	4,600	5,541	4,766	4,683	4,485	5,339	5,214	4,543	4,722	4,909	4,303	4,387	4,163	4,641
エンターテインメント	1,785	1,932	1,787	1,766	1,479	1,821	1,307	1,707	1,293	1,485	1,166	1,475	1,039	1,172	1,017
※EC	1,103	844	1,308	1,209	1,171	1,339	1,912	1,327	1,297	1,131	694	527	547	604	607
売上原価	1,855	1,832	2,194	2,310	2,076	2,058	2,378	1,950	1,492	1,534	1,066	969	894	909	903
原価率 (%)	24.8	24.8	25.4	29.8	28.3	26.9	27.7	23.6	20.9	20.9	15.7	15.4	15.0	15.3	14.4
販売管理費	5,259	5,702	6,083	5,311	5,510	6,480	5,999	5,634	5,428	5,807	5,542	5,167	5,250	5,046	5,032
販売管理費率 (%)	70.2	77.3	70.4	68.6	75.1	84.7	70.1	68.3	76.1	79.1	81.8	81.9	87.9	85.0	80.3
費用総額 (売上原価+販売管理費)	7,114	7,535	8,278	7,622	7,587	8,538	8,378	7,584	6,920	7,342	6,608	6,136	6,145	5,955	5,936
人件費・採用費	1,548	1,582	1,585	1,556	1,590	1,557	1,519	1,282	1,456	1,436	1,354	1,346	1,320	1,299	1,257
広告宣伝費	2,843	3,153	3,521	2,861	3,057	3,980	3,602	3,357	3,191	3,297	3,515	3,131	3,334	3,144	3,272
広告宣伝費率 (%)	37.9	42.7	40.8	37.0	41.7	52.1	42.1	40.7	44.7	44.9	51.9	49.6	55.8	52.9	52.2
※ライフスタイルサポート	2,502	2,791	3,117	2,404	2,615	2,793	3,205	2,836	2,658	2,832	3,109	2,726	2,962	2,725	2,860
エンターテインメント	128	126	111	127	131	874	81	132	65	96	75	65	31	45	37
※EC	195	217	271	312	293	295	298	372	454	355	317	325	337	370	370
支払手数料等	1,114	1,329	1,358	1,378	1,264	1,100	1,088	1,266	837	976	774	804	748	755	664
外注・サーバー費	457	464	502	633	576	552	463	436	365	308	284	284	285	267	252
オフィス賃料	299	298	270	260	266	260	243	241	238	237	214	200	194	173	164
その他費用	851	705	1,039	931	832	1,087	1,461	999	831	1,085	464	369	261	314	324
営業利益	378	-157	359	120	-252	-891	180	664	213	-2	162	170	-170	-15	330
Q/Q増減率 (%)	70.3	-	-	-66.5	-	-	-	268.3	-67.9	-	-	104.7	-	-	-
※ライフスタイルサポート	525	101	526	438	197	121	527	808	595	326	555	283	158	153	607
エンターテインメント	93	120	108	46	-160	-736	-162	165	-4	105	-74	140	-86	34	-68
※EC	-4	-30	27	-49	-40	-21	43	-102	-145	-120	-100	-64	-47	-45	-57
共通部門	-235	-349	-302	-315	-249	-253	-228	-206	-231	-313	-217	-189	-194	-157	-152
営業利益率 (%)	5.1	-	4.2	1.6	-	-	2.1	8.1	3.0	-	2.4	2.7	-	-	5.3
経常利益	393	-30	370	161	-242	-893	201	715	223	-4	202	289	-137	3	346
親会社株主に帰属する四半期純利益	258	483	239	-103	-145	-584	-104	-502	120	-271	153	141	-142	-51	771
人員数	1,162	1,182	1,197	1,155	1,129	1,171	1,092	1,069	1,019	991	931	910	885	881	856
※ライフスタイルサポート	624	647	649	612	590	636	591	561	※512	※487	※466	452	430	430	411
エンターテインメント	378	375	378	374	371	364	346	352	340	344	343	338	337	331	326
※EC	58	59	63	60	58	55	55	55	※71	※69	※32	30	28	27	27
共通部門	102	101	107	109	110	116	100	101	96	91	90	90	90	93	92

※ FY2021~FY2023のセグメント区分変更適用後のPLを反映しております。但し、人員数のみFY2023以降のみを適用後とし、FY2023より前は適用前の数字を反映しております。

● P/L (FY2017 - FY2023 通期)

(百万円)

	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023
売上高	34,603	37,674	37,151	31,739	31,252	31,790	27,552
Y/Y 増減率 (%)	+50.7	+8.9	-1.4	-14.6	-1.5	+1.7	-13.3
※ライフスタイルサポート	13,342	18,955	22,507	19,988	19,514	19,723	18,480
エンターテインメント	19,259	16,168	12,577	8,450	7,272	6,316	5,421
※EC	2,001	2,550	2,066	3,301	4,465	5,751	3,651
売上原価	5,669	6,960	7,518	7,654	8,193	8,463	5,062
原価率 (%)	16.4	18.5	20.2	24.1	26.2	26.6	18.4
販売管理費	24,855	26,012	26,820	22,811	22,357	23,625	21,945
販売管理費率 (%)	71.8	69.0	72.2	71.9	71.5	74.3	79.7
費用総額 (売上原価+販売管理費)	30,525	32,973	34,339	30,465	30,550	32,089	27,008
人件費・採用費	3,807	4,754	6,032	6,274	6,273	5,949	5,594
広告宣伝費	14,018	14,805	15,048	12,444	12,380	13,998	13,136
広告宣伝費率 (%)	40.5	39.3	40.5	39.2	39.6	44.0	47.7
※ライフスタイルサポート	7,547	10,385	12,204	11,284	10,815	11,450	11,326
エンターテインメント	5,895	3,785	2,355	706	494	1,219	302
※EC	335	330	247	363	997	1,261	1,452
支払手数料等	7,318	6,117	5,387	4,662	5,180	4,719	3,392
外注・サーバー費	1,198	2,277	2,574	2,115	2,058	2,029	1,243
オフィス賃料	879	1,080	1,179	1,142	1,129	1,011	891
その他 (費用総額-上記費用)	3,303	3,937	4,116	3,825	3,528	4,380	2,750
営業利益	4,077	4,701	2,811	1,273	701	-298	543
Y/Y 増減率 (%)	+84.3	+15.3	-40.2	-54.7	-44.9	—	—
※ライフスタイルサポート	1,929	3,096	3,239	2,059	1,592	1,655	1,760
エンターテインメント	3,820	3,587	1,532	776	369	-894	166
※EC	-178	-211	-310	-206	-57	-122	-431
共通部門	-1,493	-1,751	-1,648	-1,356	-1,203	-937	-951
営業利益率 (%)	11.8	12.5	7.6	4.0	2.2	—	2.0
経常利益	4,118	4,730	2,809	1,249	895	-219	711
税引前当期純利益	3,854	4,732	2,354	0	1,511	-734	432
親会社株主に帰属する当期純利益	2,579	3,306	1,473	-519	877	-1,337	143
人員数	726	944	1,118	1,177	1,162	1,082	910
ライフスタイルサポート	345	482	578	647	621	574	454
エンターテインメント	268	312	381	382	373	351	337
EC	46	62	57	56	61	55	31
共通部門	67	88	102	92	107	102	88

※ FY2021～FY2023のセグメント区分変更適用後のPLを反映しております。但し、人員数のみFY2023以降のみを適用後とし、FY2023より前は適用前の数字を反映しております。

		FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024 Q3
資産の部									
流動資産	※	9,613	11,488	11,543	11,130	10,383	10,471	10,264	10,436
現預金		5,004	5,984	6,713	6,480	6,035	5,223	5,992	6,660
固定資産	※	3,527	5,214	5,729	4,932	5,368	4,290	3,591	3,425
有形固定資産		1,666	1,684	1,711	1,384	1,195	844	389	381
無形固定資産		507	2,070	1,522	477	792	391	216	165
投資その他の資産	※	1,353	1,459	2,495	3,070	3,380	3,055	2,985	2,879
資産合計		13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855	13,862
負債の部									
流動負債		5,202	4,464	4,031	3,847	3,640	4,205	3,621	3,272
固定負債		481	583	730	493	527	674	529	599
負債合計		5,683	5,047	4,761	4,340	4,168	4,880	4,151	3,872
有利子負債		632	186	—	—	—	—	—	—
純資産の部									
株主資本		7,361	11,566	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969	9,266
自己株式		-1,177	-481	-438	-397	-1,394	-1,896	-1,862	-1,846
新株予約権		96	85	85	82	82	—	—	—
純資産合計		7,456	11,655	12,511	11,722	11,582	9,882	9,704	9,990
負債・純資産合計		13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855	13,862

※ FY2019より「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 2018年2月16日）を適用し「繰延税金資産」を「投資その他の資産」の区分に表示しております。上記にはFY2013の期首に当該会計基準を適用したと仮定して数値を記載しているため、過去に当社が発表した書類と異なる数値が含まれます。

● その他経営指標 (FY2017 - FY2023)

	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023
発行済株式総数 (株)	19,469,800	19,738,200	19,756,200	19,783,200	19,789,200	19,789,200	19,789,200
自己株式数 (株)	302,562	35,562	35,562	35,588	663,388	1,127,988	1,128,021
期中平均株式数 (株)	18,904,872	19,401,921	19,510,259	19,551,565	19,477,509	18,651,778	18,551,109
EPS (1株当たり当期純利益、円)	136.45	170.40	75.52	-26.59	45.07	-71.68	7.73
EPS増減率 (%)	99.0	24.9	-55.7	—	—	—	—
ROA (総資産経常利益率、%)	36.2	31.7	16.5	7.5	5.6	-1.4	5.0
1株当たり純資産 (円)	389.03	593.76	636.32	594.54	605.98	533.23	523.06
1株当たり配当金額 (円)	27.00	32.50	16.00	16.00	16.00	16.00	16.00
中間配当額 (円)	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
配当総額 (百万円)	517	640	315	315	306	298	298
配当性向 (%)	19.8	19.1	21.2	—	35.5	—	207.0
株主資本比率 (%)	56.0	69.2	72.1	72.6	71.3	61.6	64.7
自己資本比率 (%)	56.0	69.3	71.9	72.5	73.0	66.9	70.0
ROE (自己資本当期純利益率、%)	41.8	34.9	12.3	-4.3	7.6	-12.5	1.5
ROIC (=①÷②、%)	34.1	27.9	14.1	7.6	4.3	-2.2	4.2
①税引き後営業利益 (百万円)	2,729	3,284	1,759	884	486	-207	377
②投下資本 (=③+④、百万円)	7,993	11,752	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969
③株主資本 (百万円)	7,361	11,566	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969
④有利子負債 (百万円)	632	186	—	—	—	—	—

## 年間スケジュール



## お問い合わせ先

株式会社エイチーム 社長室 IR

E-mail: [ir@a-tm.co.jp](mailto:ir@a-tm.co.jp)

ご意見 / ご質問: [株主・投資家情報等に関するお問い合わせ](#)

- 株主・投資家情報: <https://www.a-tm.co.jp/ir/>
- Shared Researchレポート: <https://sharedresearch.jp/ja/3662>
- Facebook Ateam IR ページ: <https://www.facebook.com/ateamir/>



# Creativity×Techで、 世の中をもっと便利に、もっと楽しくすること

Combining Creativity and Tech to Deliver More Convenience and More Fun to All

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報 (forward-looking statements)」を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでいます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。