

2023年3月期通期決算説明資料

2023年5月17日

株式会社ハルメクホールディングス

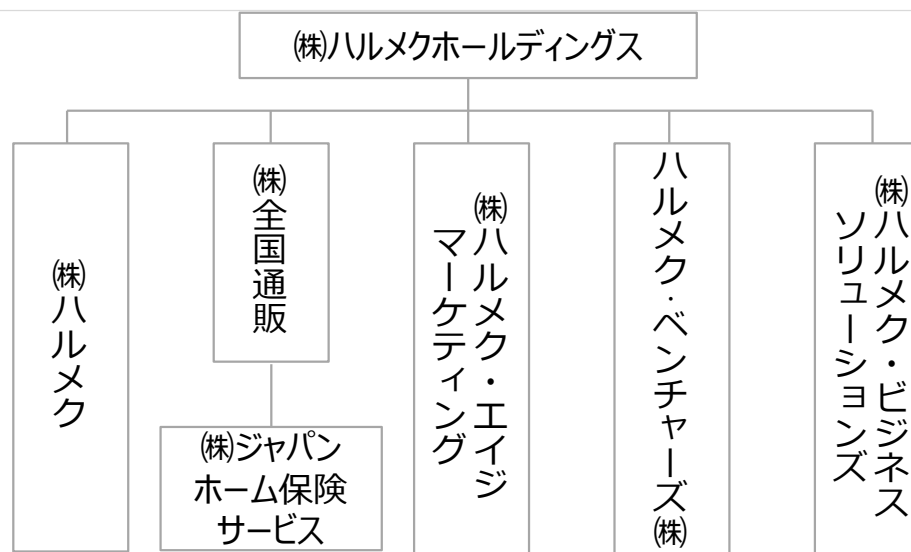
1. 会社概要
2. 2023年3月期決算概要
3. 2024年3月期業績予想
4. 中長期的な成長戦略
5. Appendix

1. 会社概要

会社概要

| | |
|---------------------------|---|
| 会社名 | 株式会社ハルメクホールディングス |
| 創業 | 1989年5月18日 ※当社の前身であるユーリーグ株式会社の設立年月日 |
| 所在地 | 本社：東京都新宿区神楽坂四丁目1番1号 神保町オフィス：東京都千代田区神田神保町二丁目2番地 共同ビル神保町 |
| 資本金*1 | 1,768百万円 |
| 財務情報 23年3月期 (連結ベース) | 売上収益：287.3億円 営業利益：20.3億円 当期純利益：12.4億円 |
| 社員数*1 (グループ全体) | 344人(男性：125人、女性：219人)、幹部職(課長以上)に占める女性比率：30% |

グループ組織図



*12023年3月31日時点

ハルメクグループは、
50代からの女性がよりよく生きることを応援します。

これからのために、生きてきた

ハルメク

h a l m e k

- シニア女性の満たされないニーズは沢山あるが、それを満たすサービスは不足

満たされないニーズの例

より元気にアクティブになりたいのに、
介護や認知症など暗い提案が多く
自分事とは思えない

新しいことを知りたい、
挑戦したい気持ちはあるが
機会がない

自分のことを年寄りだと思っ
ていないのに世の中のシニアサー
ビスや商品は年寄り向けばかり

おしゃれもしたい、素敵になりたいけど
勇気が出ない、やり方が分からない

将来、子供に迷惑をかけたくない
という思いが強いが、具体策がない

いつかは夫に先立たれ
一人になることが分かっているが、
孤独を回避する手立てがない

事業概要（ハルメク事業）

- ハルメクグループは「情報コンテンツ」「物販」「コミュニティ」の3事業で、そうしたギャップを埋めている

シニア女性に役立つ情報を提供



シニア女性に「繋がり」を提供

オフラインとオンラインのイベント・
講座・旅行



2.1万人参加*3



シニア女性のリアルな声をもとに オリジナル商品を開発（D2Cモデル）

自社EC・カタログ通販・店舗



人参ジュース
4.4万本*4
単価:1,400円



おせち
4.3万セット*5



ハルメクおみせ
8店舗*6

*1 2023年3月の定期購読者数、一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの女性誌分野で2019年上期から販売部数7半期連続No.1

*2 2023年3月におけるハルメク365へのアクセス回数

*3 2023年3月期におけるイベント・講座・旅行の延べ参加人数

*4 2022年12月における販売本数

*5 2022年12月における出荷セット数

*6 2023年3月末時点の店舗数

情報コンテンツの提供 ①ハルメク誌

- 雑誌“ハルメク”は販売部数を4年連続で伸ばし*1、「女性誌No.1」*2、22年上期において「全雑誌No.1」*3
- シニア女性の不安や不満、期待に応える幅広い記事を提供

月刊定期購読誌 ハルメク



2023年5月号
(4月10日発売号)

定期購読者数

シニア女性
約47万人*4

購読料
(書店での購入不可)

6,960円/年*5

生活全体をカバーする内容

特集

ファッション

健康

レシピ

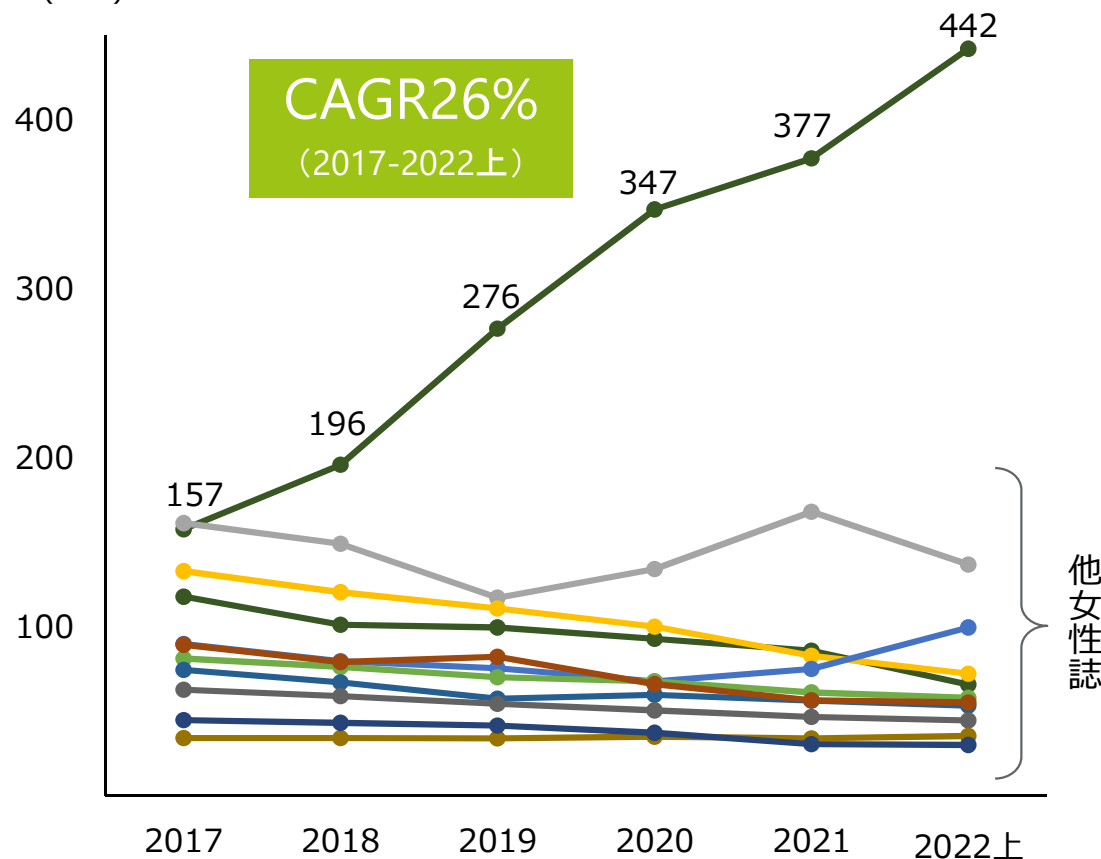
手づくり

インタビュー

連載

シニア・ミドル女性誌購読部数*1,3

(千冊)



*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート (2018年～2021年。上期・下期の販売部数の単純平均)
 *2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの女性誌分野で2019年上期から販売部数7半期連続No.1
 *3 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート (2022年上期実績) *4 2023年3月時点の定期購読者数 *5 12冊コースの料金

情報コンテンツの提供 ②ハルメク365

- シニア女性向けWEBサイトではトップクラスのアクセス数と評価を獲得し、ネット上でも高い支持を集めた
- 2018年8月に「ハルメクWEB」としてスタート、2022年8月に開始した「ハルメク365」へ統合

ハルメク365



LINE NEWS AWARDS 2022
LINEメディア賞 女性部門 大賞*1

新規記事本数*2
(月間平均)

270本

月間PV*3

511万回

MAU*4

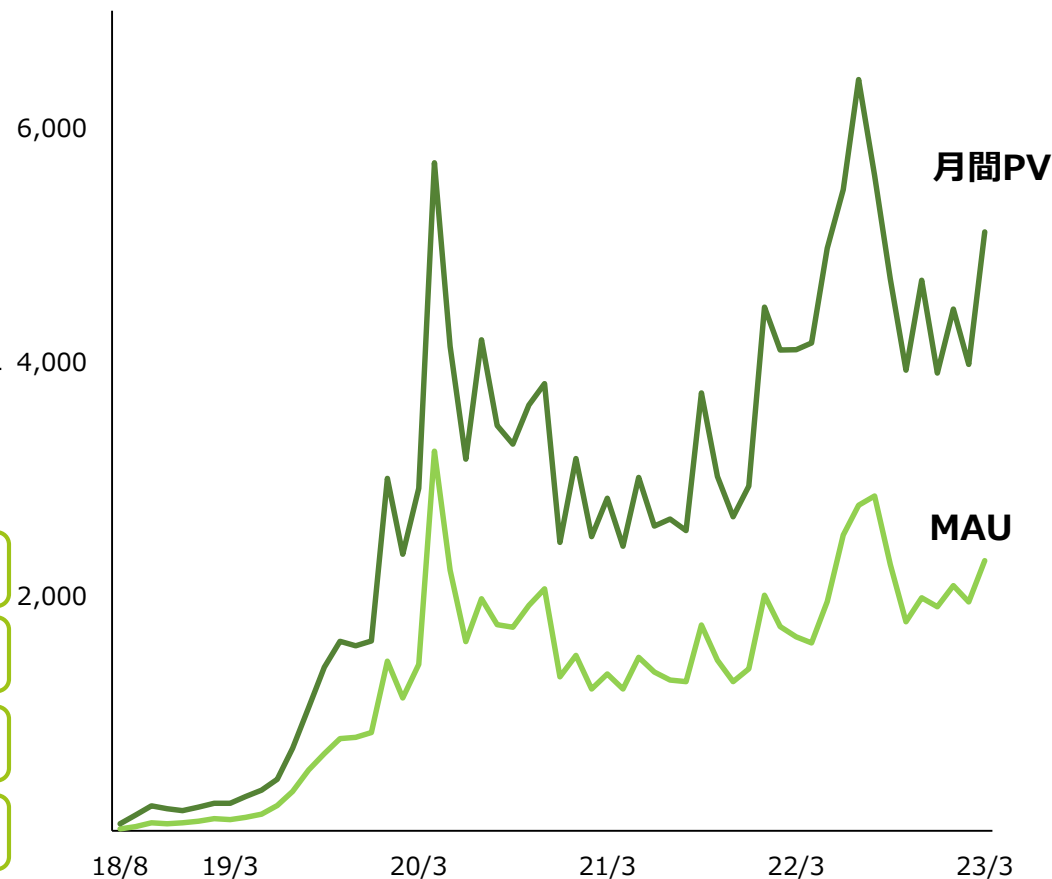
230万人

記事内容

| | |
|---------|---------|
| 暮らし | 美と健康 |
| カルチャー | 連載 |
| 素朴な疑問 | 特集 |
| 人気ランキング | ハルトモ倶楽部 |

月間PV、MAU推移

(千)



*1 メディアの記事配信に対するユーザーの反応などをLINE NEWS独自の算出方法でスコア化し、近いジャンル（女性）のメディア同士でランキング化したもの

*2 2023年3月期月平均、*3 2023年3月におけるハルメク365へのアクセス回数、*4 2023年3月におけるハルメク365に1回以上訪問したユーザー数、集計方法は、Googleアナリティクスにより集計

- 顧客の声を聴き、顧客の悩みや期待に応える商品をオリジナル商品を中心（シェア7割*1）に中高価格帯で提供

Pick Up

50代からの白髪を生かす グレイヘアをサポート



「つや髪 プラチナグレイカラー」
3,300円

- 自宅で白髪だけを淡いグレイに染め、つやまで与えるヘアカラー剤を開発
- 白髪移行期の悩みを解決する染毛料を開発

書類の片づけの悩みを解決



「あれどこだっけ防止整理ワゴン
スリム（ストッパー付）」
18,800円

- 100名を超える読者の方々へのアンケートと座談会を実施し、最も悩みが深かった「書類の片づけ」をテーマに試作品を作り、読者モニター「ハルトモ」の声を反映して開発

シニア女性の体型を美しく見せる



「セリジエストretchパンツ」
8,990円

- 300人以上の顧客の体型を3次元測定器で測り、シニア女性の体型の特徴を2つに分け、それぞれの体型ごとにシルエットが美しく見えるパンツを開発

*1 2022年3月期実績、ハルメク社オリジナル商品の売上高÷ハルメク社の全商品の売上高（尚、商品数ベースでも7割）

コミュニティの提供

- 情報コンテンツや物販と関連した体験やつながりを提供
- リアルからスタートし、コロナ禍を契機にオンラインでの提供も開始し拡大



*1 2023年3月期のリアル、オンラインを含めた旅行、講座・イベントの実施本数

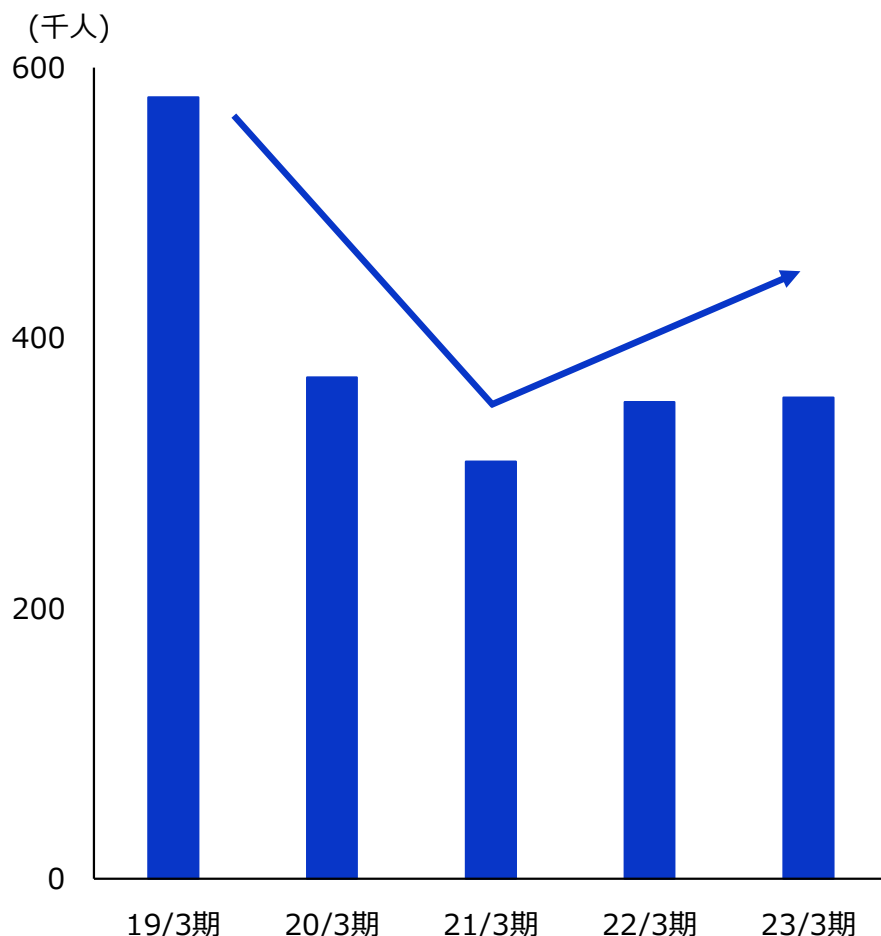
*2 2018年3月期から2023年3月期に実施したリアル、オンラインを含めた旅行、講座、イベントの参加人数

| | | 事業概要 | 事業の位置づけ | | |
|------|--------------------|--|---------|--------|--------|
| | | | 事業化フェーズ | 成長フェーズ | 収益フェーズ |
| 新規獲得 | 新聞単品外販 | 新聞広告により、(株)ハルメク通販商品を販売 | | ○ | |
| | 店舗 | 「ハルメク おみせ」ブランドで通販の商品を販売、計8店舗を展開 | | ○ | |
| 収益事業 | (株)ハルメク・エイジマーケティング | シニア企業向けにマーケティング戦略立案から実行・改善までをトータルで支援するB2B事業 | | | ○ |
| | 靴 | シニア向けに「しっかりと足を固定しながら、足指が機能的に動かせる」靴を開発、通販と店舗で販売 | | ○ | |
| | ハルメク365 | ネット上で記事／動画／講座等を楽しめるサブスクリプション型のサービス | ○ | | |
| | ハルメク・ベンチャーズ(株) | がん・成人病リスクの郵送検査と健診データから認知機能低下リスクを判定する検査サービスを販売 | | ○ | |
| | 終活 | シニア住宅(有料老人ホーム、高齢者向け住宅など)を紹介する事業 | | ○ | |

事業概要（全国通販事業）

- 過去の構造改革で顧客数は底を打ち、2022/3期以降は成長トレンドへ
- ハルメク事業よりやや高い60代以上の顧客を対象に顧客の悩みや期待に応える商品を低～中価格帯で提供
- お得意様ごとに担当が決まっている「御用聞きコンシェルジュ」が快適なお買い物を支援

全国通販事業の顧客数推移*1



*1 全国通販事業のサービスを1年間で1回以上利用したことのある顧客数（ユニークユーザ数）

(株)ハルメクよりお求めやすい価格帯の商品を品ぞろえ

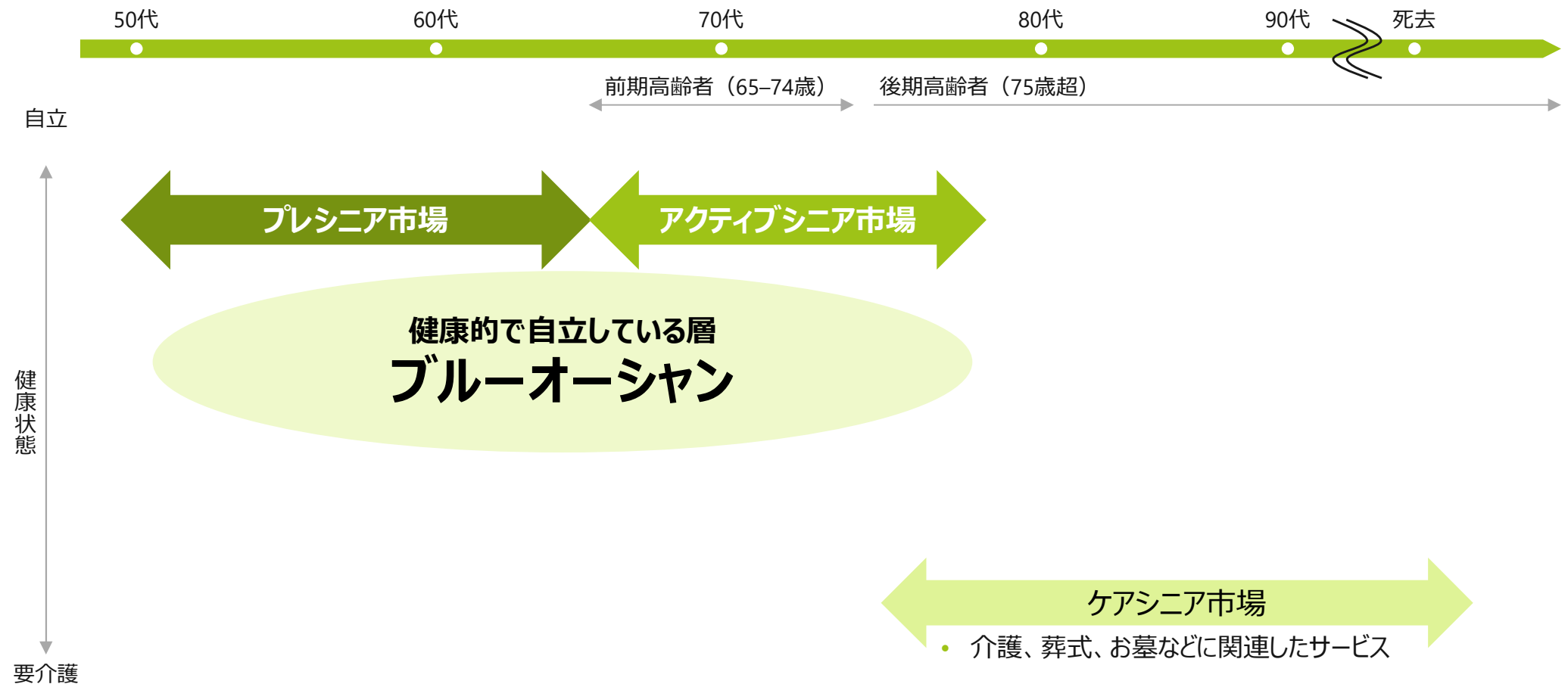


- 顧客理解に基づき、高品質な商品をお求めやすい価格で販売しています

事業の特徴(1)ハルメクのターゲット

- シニアビジネスとしてケアシニアサービスは増えつつある
- ハルメクの事業領域は市場ポテンシャルが大きい「プレシニア～アクティブシニア市場」

シニア層の年齢・市場イメージ



出所: 当社作成のイメージ図

事業の特徴(2)シニア女性を理解する力

- 様々な方法で顧客のリアルな声を集め、活用している



“思い込みを捨てる”
“わかった気にならない”



出所:
*1 当社2022年3月期実績

事業の特徴(3)事業連動による相乗効果（シナジー）①

- 情報コンテンツを中核に各事業が連動することで、商品・サービスの利用率が高まる
- さまざまな接点が増える事によって、ハルメクとのつながりやロイヤリティが高まる



尿漏れ対策の特集記事

尿漏れの原因が骨盤底筋の衰えであること、骨盤底筋を鍛えることで改善が図れることを説明し、自分でできるエクササイズを紹介

情報コンテンツをリアルやオンラインで体験する場を設定

骨盤底筋を鍛えるオンライン講座



骨盤バウンド体操の認定インストラクターから指導を受けられるオンライン講座を開催

情報コンテンツ

情報コンテンツに関連した商品を紹介したり、訴求内容を共通化

骨盤底筋ショーツを開発・販売



医師監修のもと、治療法を転用したショーツ「骨盤底筋サポートショーツ」を開発。シリーズ累計45万枚（2022年12月末時点）を販売

コミュニティ

物販

ハルメク
h a l m e k

社内だけでなく社外企業とも連携

1

kao

と尿漏れ製品に関するタイアップ

2

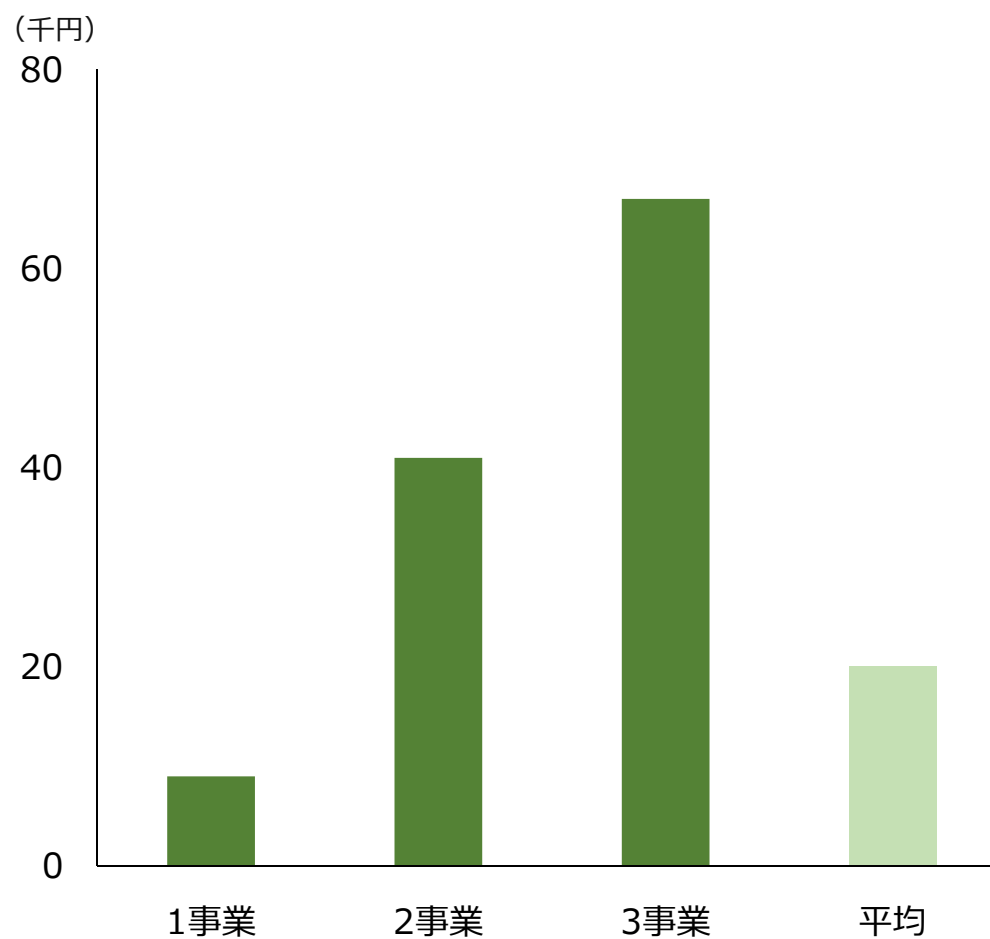
Kyorin

杏林製薬株式会社

と尿トラブルのオンラインイベントタイアップ

事業の特徴(3)事業連動による相乗効果（シナジー）②

事業利用数別の顧客単価*1



*1 情報コンテンツ又は物販のみの利用経験がある顧客を1事業、情報コンテンツと物販の利用経験がある顧客を2事業、情報コンテンツと物販とコミュニティの利用経験のある顧客を3事業とカウントした場合の1顧客当りの年間売上金額（2022年3月期）

2. 2023年3月期決算概要

業績ハイライト（連結損益計算書）

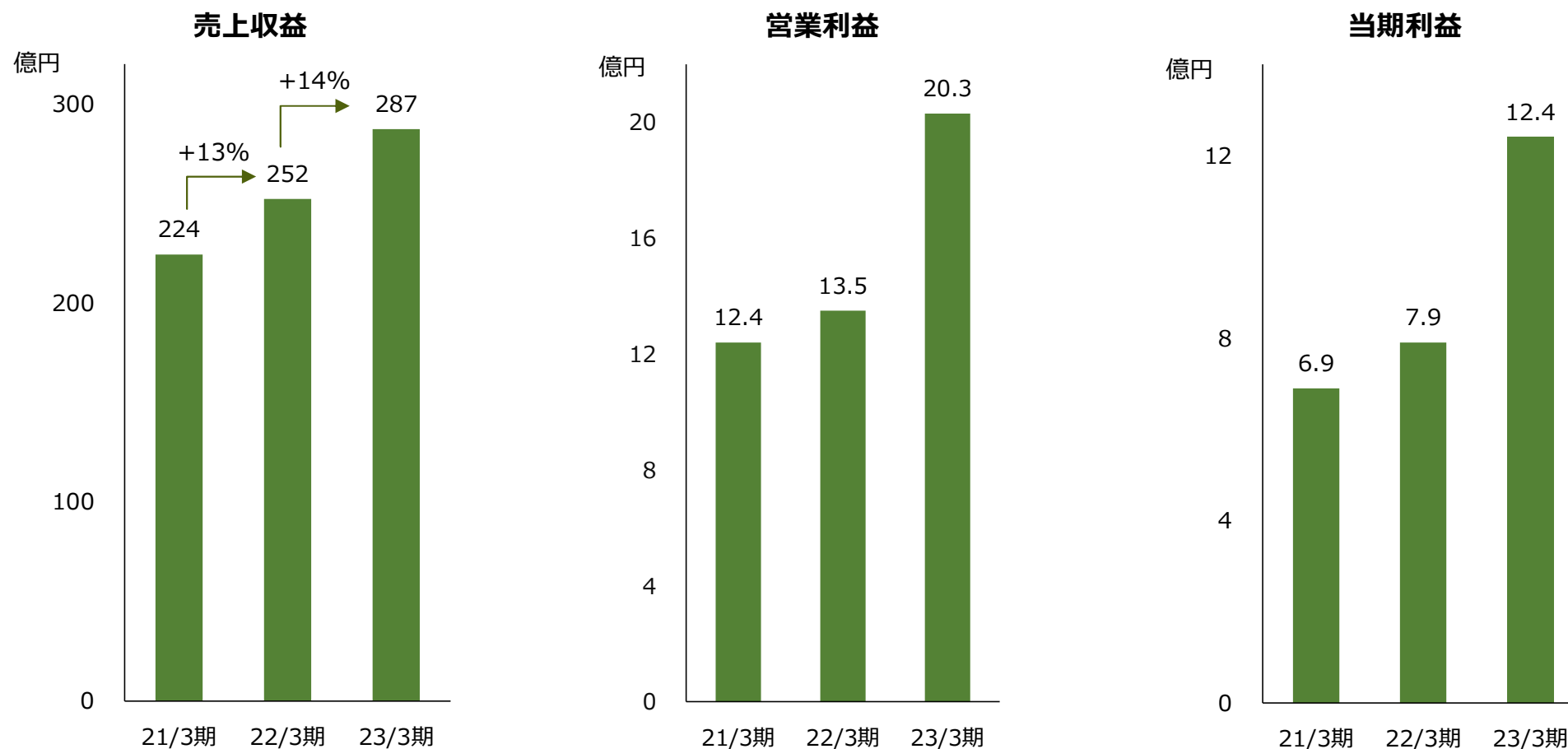
- 通期業績は堅調に推移し増収増益を達成、業績予想も超過しました。

| | 2022/3期 実績 | 2023/3期 | | 前年同期比 | 予想比 |
|-------|---------------|---------|--------|--------|-------|
| | | 業績予想 | 実績 | | |
| 売上収益 | 25,233 | 28,472 | 28,738 | +13.9% | +0.9% |
| 営業利益 | 1,358 | 2,018 | 2,030 | +49.5% | +0.6% |
| 税引前利益 | 1,172 | 1,851 | 1,864 | +59.0% | +0.7% |
| 当期利益 | 796 | 1,226 | 1,248 | +56.8% | +1.8% |

単位：百万円

- 売上収益、営業利益、当期利益それぞれ着実に伸長しました。

ハルメクグループの業績推移（IFRS）*1



*1 当社は2020年7月9日に設立され、同年8月3日付で当社の実質的な存続会社である（旧）株式会社ハルメクホールディングスの株式を取得し、決算期末を3月31日に変更したため、当社の2021年3月期は2020年8月4日から2021年3月31日までの7か月28日間）となっております。2021年3月期については、（旧）株式会社ハルメクホールディングスの2020年8月期（2020年4月1日から2020年8月3日）の連結業績と当社の2021年3月期（2020年8月4日から2021年3月31日）の連結業績を単純合算した数値（未監査）を記載。以下本資料における21/3期の財務数値について同様です。

セグメント別業績

- ハルメク事業は、雑誌「ハルメク」の読者数と通販が大きく伸長し、売上・利益ともに大幅に増加しました。
- 全国通販事業は、積極的な新規顧客獲得への投資を実施し、売上は伸長しました。

| | | 2022/3期 実績 | 2023/3期 | | 前年同期比 | 予想比 |
|--------|--------|---------------|---------|--------|--------|--------|
| | | | 業績予想 | 実績 | | |
| グループ連結 | 売上 | 25,209 | 28,493 | 28,735 | +14.0% | +0.8% |
| | EBITDA | 1,476 | 2,243 | 2,286 | +54.9% | +1.9% |
| | (マージン) | 5.9% | 7.9% | 8.0% | — | — |
| ハルメク | 売上 | 18,779 | 21,633 | 22,056 | +17.5% | +2.0% |
| | EBITDA | 1,293 | 1,917 | 1,988 | +53.8% | +3.7% |
| | (マージン) | 6.9% | 8.9% | 9.0% | — | — |
| 全国通販 | 売上 | 6,757 | 7,191 | 7,007 | +3.7% | △2.6% |
| | EBITDA | 97 | 54 | 87 | △10.3% | +61.1% |
| | (マージン) | 1.4% | 0.7% | 1.2% | — | — |
| 調整額 | 売上 | △327 | △330 | △328 | — | — |
| | EBITDA | 86 | 273 | 211 | — | — |

単位：百万円

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、18ページの業績ハイライトと一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

セグメント別業績：ハルメク事業

| | | 2022/3期 実績 | 2023/3期 | | 前年同期比 | 予想比 |
|-------------|--------|---------------|---------|--------|--------|--------|
| | | | 業績予想 | 実績 | | |
| ハルメク事業 | 売上 | 18,779 | 21,633 | 22,056 | +17.5% | +2.0% |
| | EBITDA | 1,293 | 1,917 | 1,988 | +53.8% | +3.7% |
| | (マージン) | 6.9% | 8.9% | 9.0% | — | — |
| 情報 コンテンツ | 売上 | 2,863 | 3,402 | 3,454 | +20.6% | +1.5% |
| | EBITDA | 586 | 980 | 998 | +70.3% | +1.8% |
| | (マージン) | 20.5% | 28.8% | 28.9% | — | — |
| 物販 | 売上 | 12,894 | 14,465 | 14,721 | +14.2% | +1.8% |
| | EBITDA | 1,283 | 1,615 | 1,680 | +30.9% | +4.0% |
| | (マージン) | 10.0% | 11.2% | 11.4% | — | — |
| コミュニティ | 売上 | 22 | 41 | 47 | +114% | +14.6% |
| | EBITDA | △56 | △22 | △12 | — | — |
| 先行投資 | 売上 | 2,998 | 3,725 | 3,834 | +27.9% | +2.9% |
| | EBITDA | △521 | △657 | △678 | — | — |

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、18ページの業績ハイライトと一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

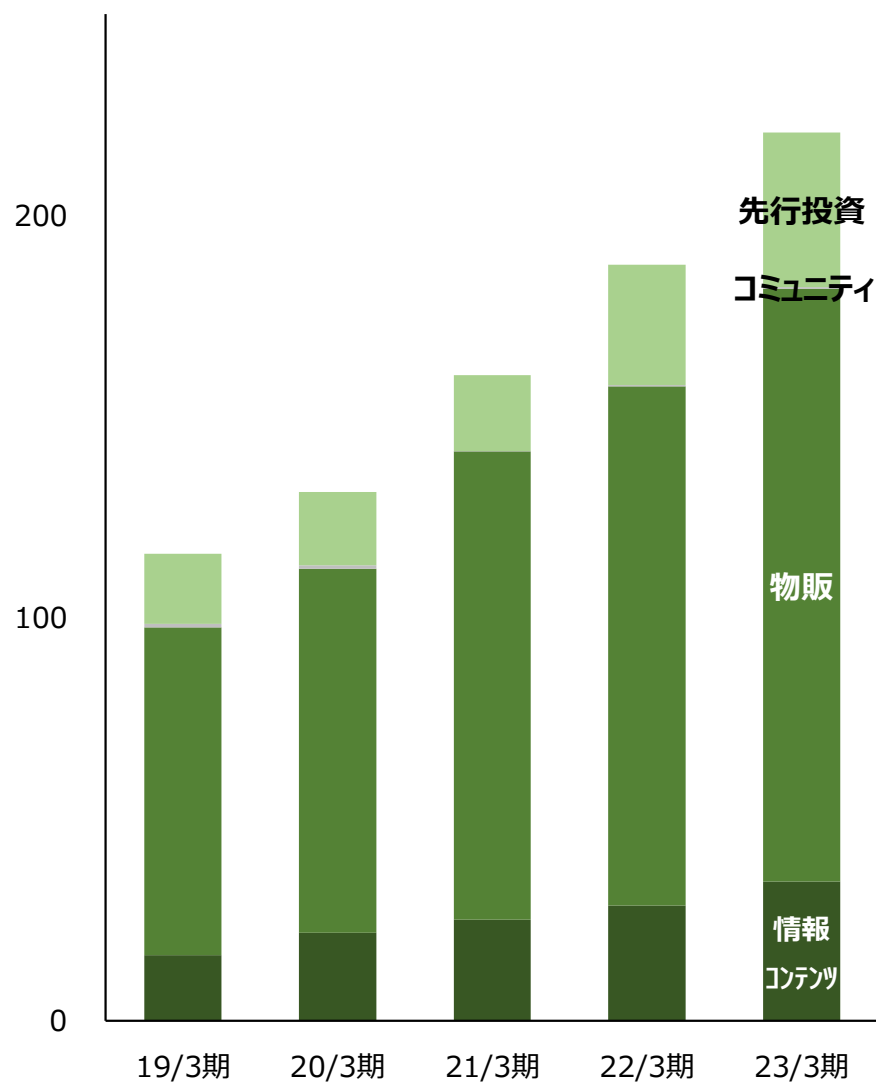
*2 既存事業：情報コンテンツ、物販、コミュニティ、先行投資：店舗、靴、新聞単品外販、ハルメクWEB/365、終活、ハルメクエイジマーケティング、ハルメクベンチャーズ

単位：百万円

セグメント別業績推移：ハルメク事業

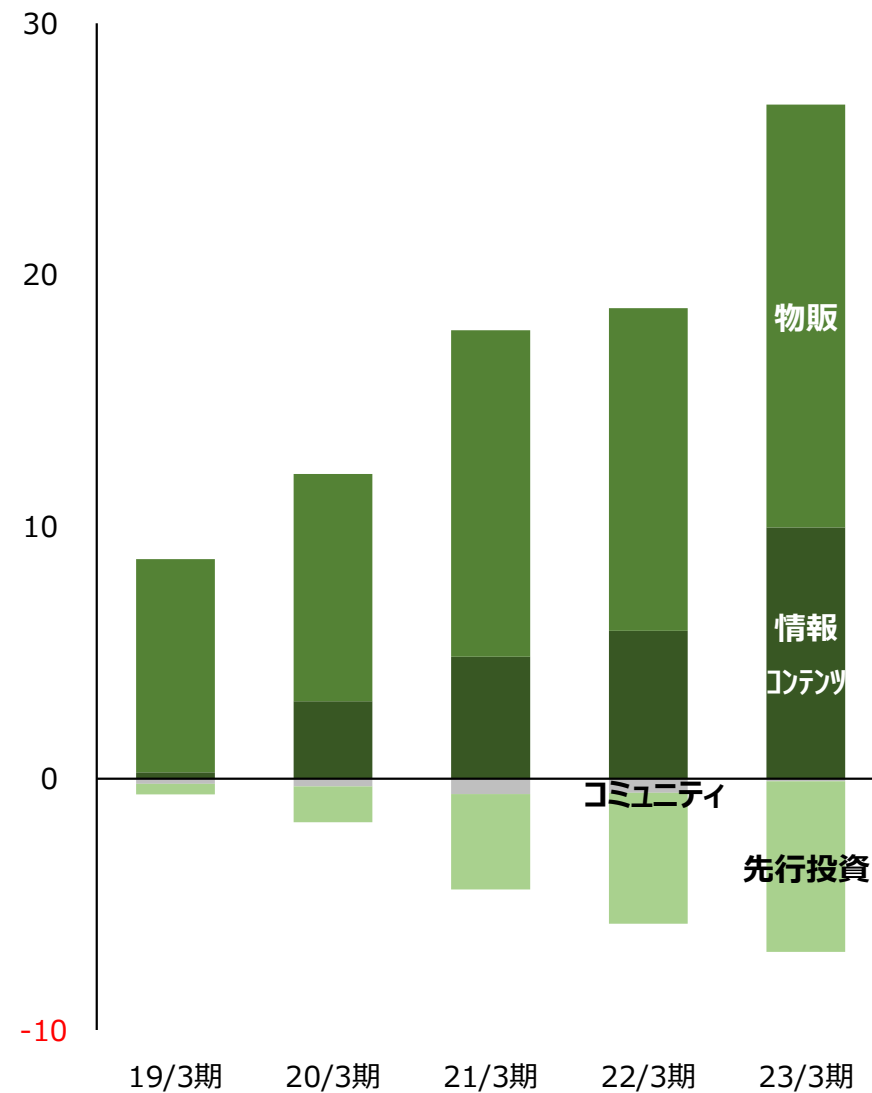
売上高

億円



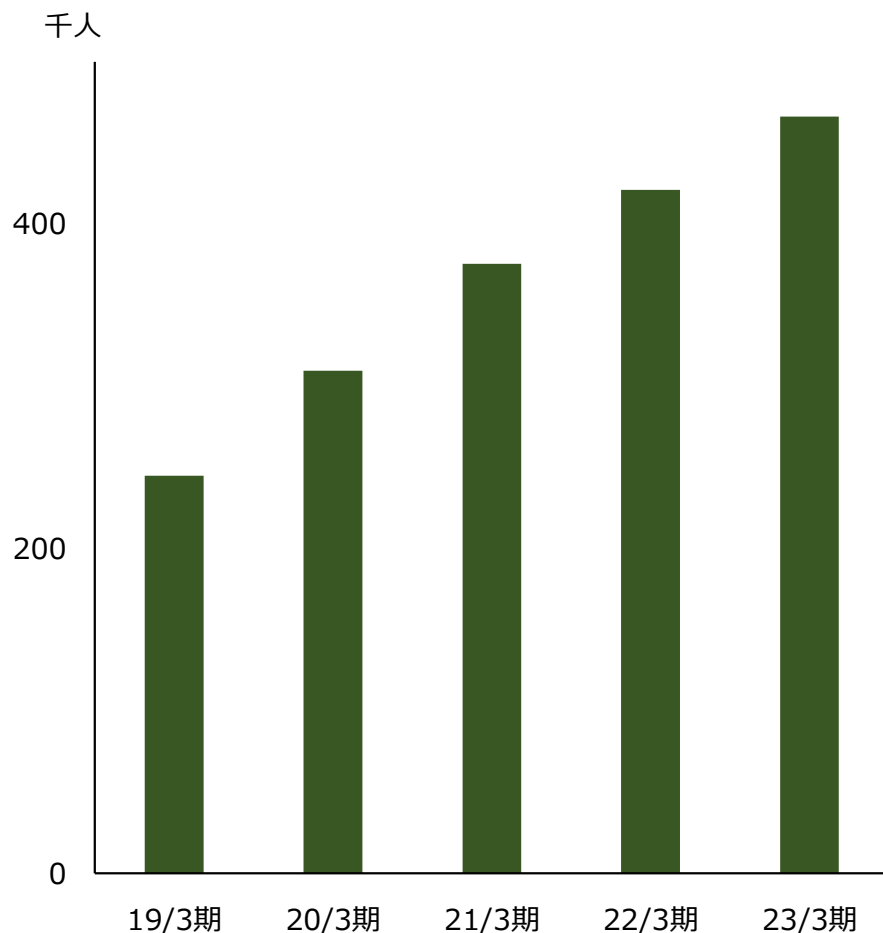
EBITDA

億円

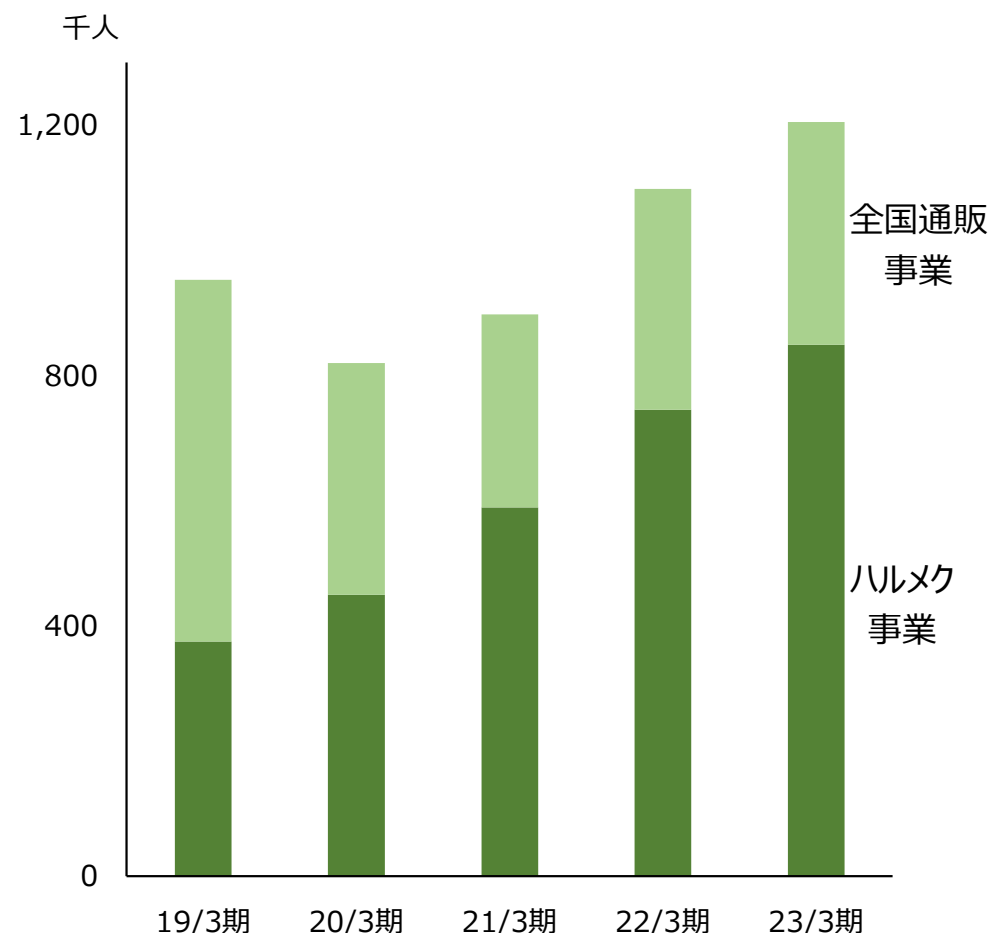


- ハルメク誌は国内全雑誌No.1の販売部数*1を記録し、新聞単品外販の新規顧客獲得の拡大と相まって、顧客数は順調に伸長しました。

ハルメク誌読者数推移



セグメント別顧客数推移



*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート (2022年上期実績)

3. 2024年3月期業績予想

連結業績予想

- 売上・利益ともに二桁成長を計画しています。

| | 2023/3期 実績 | 2024/3期 業績予想 | 前年同期比 |
|-------|---------------|-----------------|--------|
| 売上収益 | 28,738 | 32,000 | +11.4% |
| 営業利益 | 2,030 | 2,250 | +10.8% |
| 税引前利益 | 1,864 | 2,100 | +12.7% |
| 当期利益 | 1,248 | 1,400 | +12.2% |

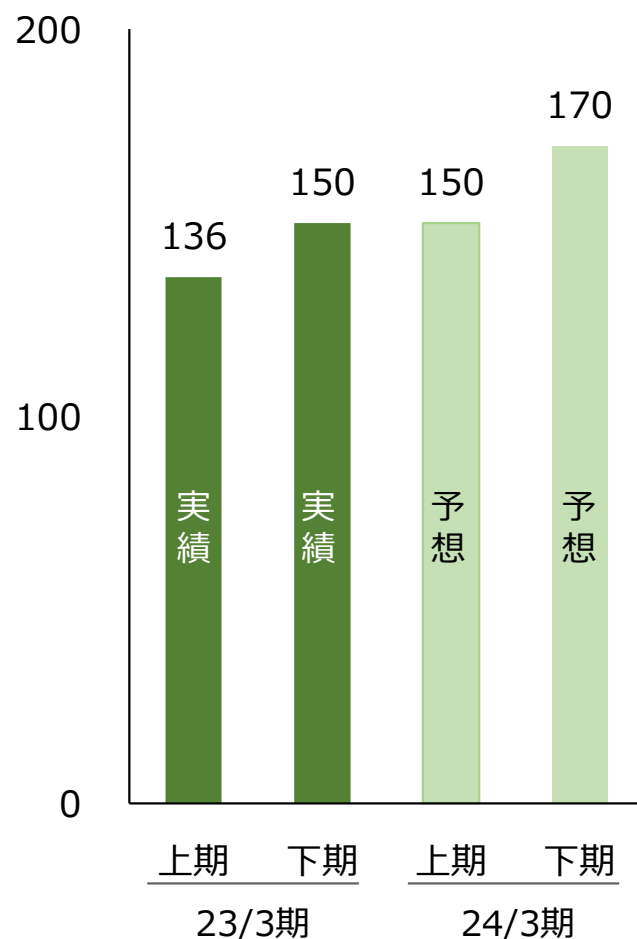
単位：百万円

連結業績予想推移（半期毎）

- 当社業績は季節変動が大きく下期偏重です。更に当期は、利益面で上期に借入金返済による一過性のコスト負担1.3億と新規顧客の前倒し獲得の為の販促費を2億先行投下するため、減益を見込んでいます。一方で、下期は大幅な増益を計画しています。

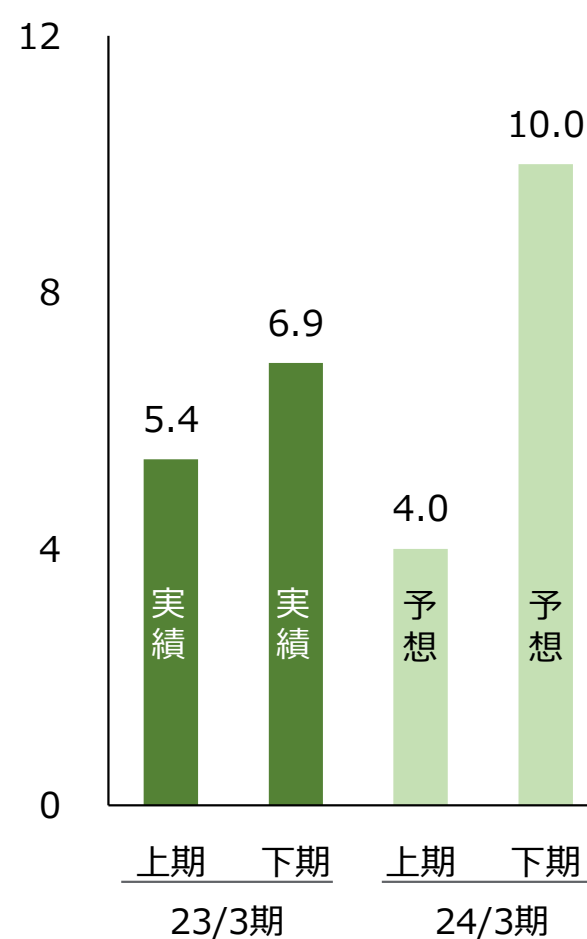
売上収益

億円



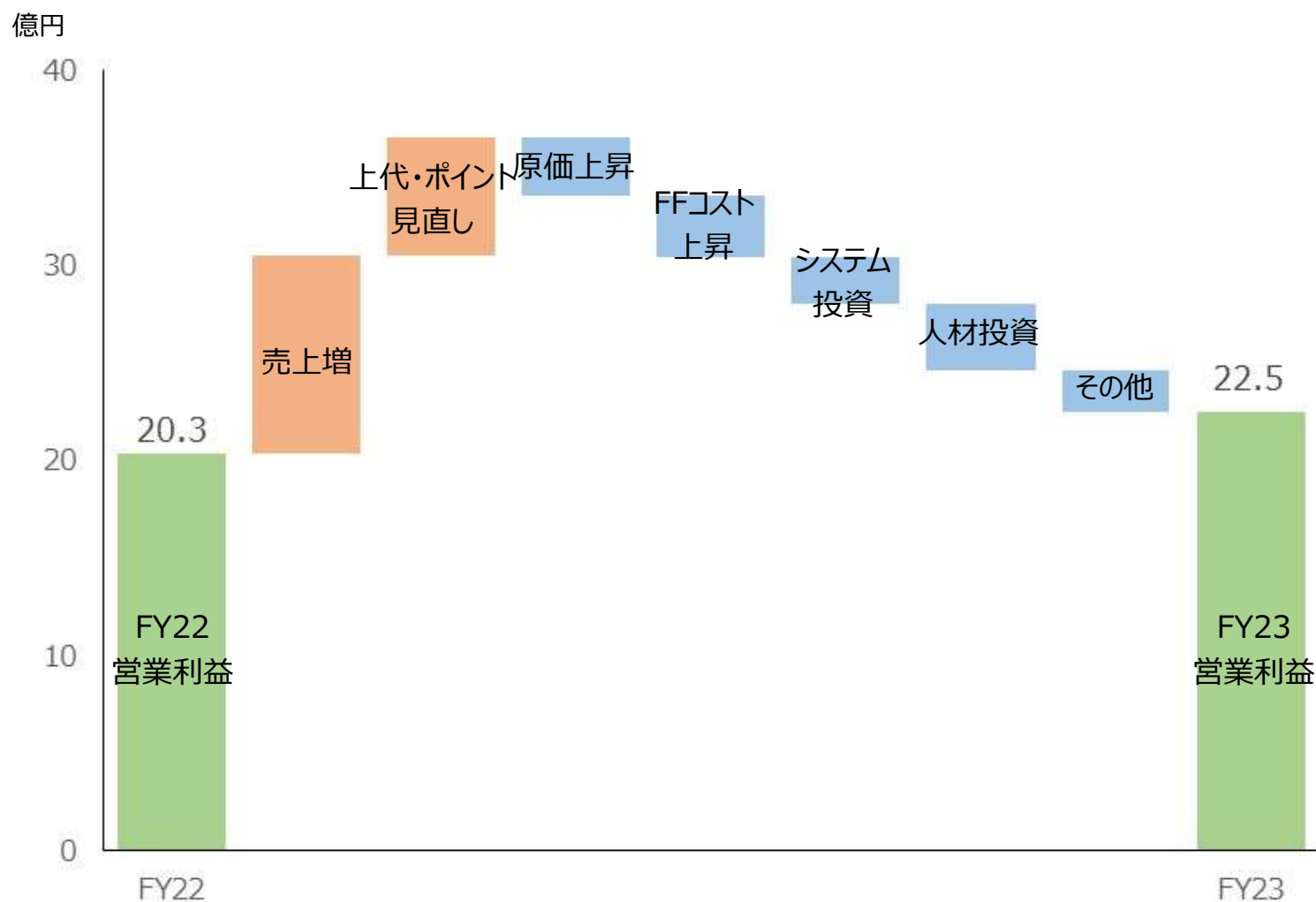
当期利益

億円



前期実績と今期業績予想の営業利益差異要因

- 原材料費の高騰による原価の上昇、紙・印刷を中心としたフルフィルメントコストの上昇、基幹システムのバージョンアップ、既存人員の給与水準の向上、業績拡大に伴う新規採用等の14億円分のコストアップ要因を売上増と上代及びポイント付与率の見直しでカバーし、増益を維持する計画です。



セグメント別業績予想

- ハルメク事業は先行投資事業へのリソース投下を継続しつつ、売上・利益ともに二桁成長を計画、全国通販事業は売上は二桁成長ながら、顧客獲得のための投資にリソースを投下し、利益は減益を見込んでいます。

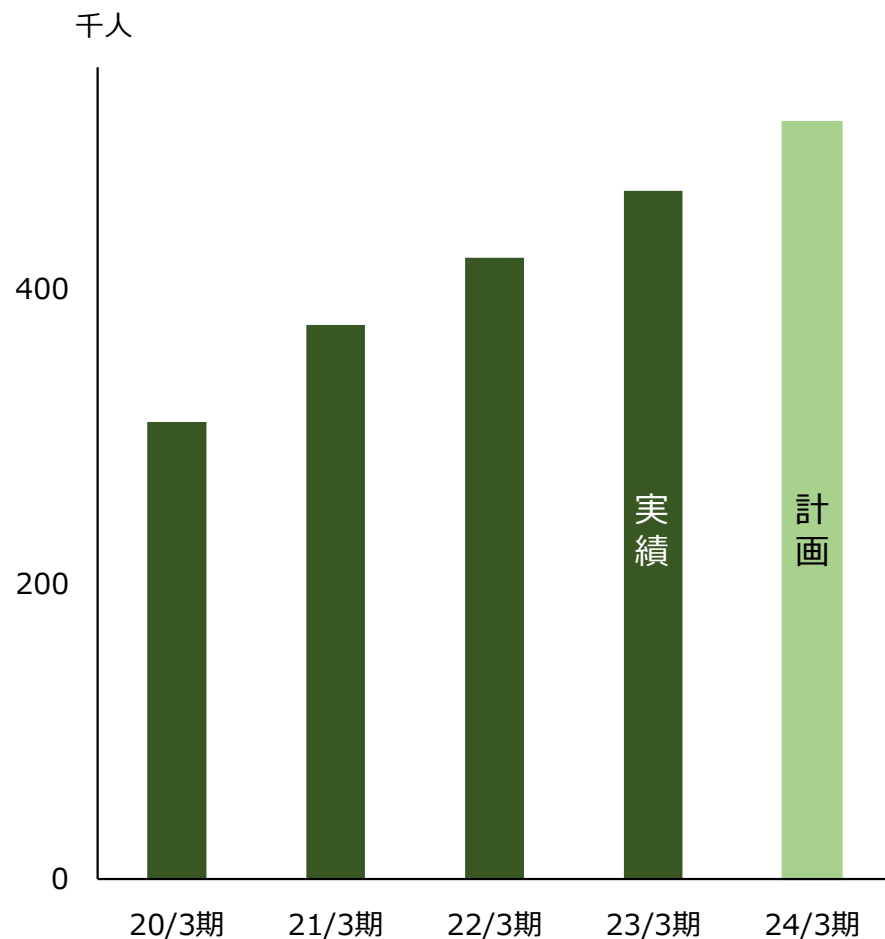
| | | 2023/3期 実績 | 2024/3期 業績予想 | 前年同期比 |
|--------|--------|---------------|-----------------|--------|
| グループ連結 | 売上 | 28,735 | 32,000 | +11.4% |
| | EBITDA | 2,286 | 2,765 | +21.0% |
| | (マージン) | 8.0% | 8.6% | — |
| ハルメク | 売上 | 22,056 | 24,400 | +10.6% |
| | EBITDA | 1,988 | 2,550 | +28.3% |
| | (マージン) | 9.0% | 10.5% | — |
| 全国通販 | 売上 | 7,007 | 8,000 | +14.2% |
| | EBITDA | 87 | 50 | △42.5% |
| | (マージン) | 1.2% | 0.6% | — |
| 調整額 | 売上 | △328 | △400 | — |
| | EBITDA | 211 | 165 | — |

単位：百万円

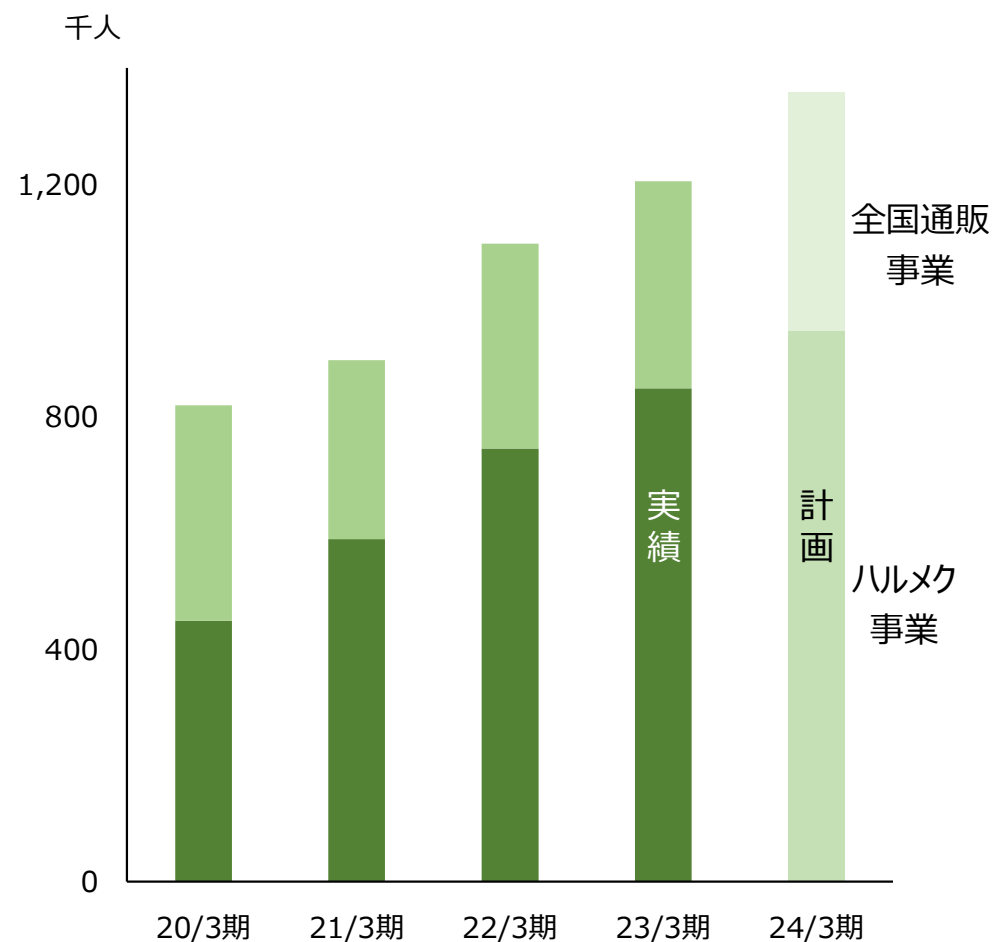
*1 本ページで記載する業績予想は全て日本基準のため、25ページの業績予想と一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

- ハルメク誌の読者数、ハルメク事業及び全国通販事業の顧客数も着実な伸長を計画しています。

ハルメク誌読者数推移



セグメント別顧客数推移



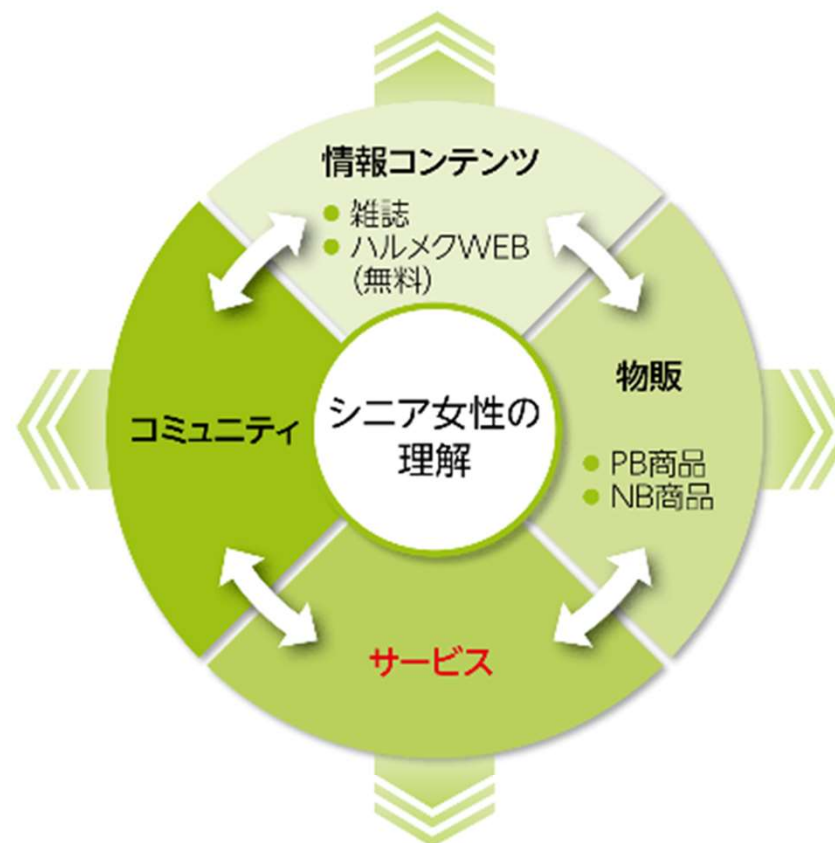
4. 中長期的な成長戦略

3つの事業の進化とサービス領域の強化

ネットでリッチコンテンツ化し、サブスク化

- [ハルメク365]

自己増殖するコミュニティの仕組み開発



他社・ブランドとの
コラボレーション商品

特定商品の事業展開

- [ハルメクの靴]・[ハルメクのインナー]
- シェアリングサービスの導入

シニア女性のニーズにより広く応えるサービスの導入

ヘルスケア・終活分野の強化

自社開発及び他社・ブランドとのコラボレーションで

既存ビジネスの更なる拡大とB2Bビジネスの強化

- シニア女性向けビジネスプラットフォームの活用機会を提供し、既存ビジネスの拡大とB2Bビジネスをアライアンス含めて、強化する



シニア顧客



ハルメクグループの資産



顧客データベース
約130万人



オウンドメディアと
良質なコンテンツを
生み出す力



商品企画・
開発力



場の企画・
開発・運営力



アナログとデジタルを組み合わせた
one-to-oneの
マーケティング力



受注・配送の
フルフィルメント力



シニア市場で事業
展開している
／希望している企業

5. Appendix



代表取締役社長
宮澤 孝夫

- 東京大学大学院工学系研究科修了後、野村総合研究所へ入所
- 米カリフォルニア大学ロサンゼルス校経営大学院でMBA取得後、(株)ポストン コンサルティング グループに入社
- 1996年、株式会社TMJに入社し、2003年には同社代表取締役兼CEOに就任
- 2009年、いきいき株式会社（現株式会社ハルメクホールディングス）の代表取締役社長に就任



取締役 CFO
石井 文範

- 東京大学工学部を卒業後、株式会社三菱UFJ銀行、株式会社ミスミグループ本社にて、経営企画・経理を中心にキャリアを構築
- 2017年には株式会社ミクリードに転じ、マザーズ市場へのIPOを管理管掌取締役として主導し、2020年に新規上場を実現
- 2021年6月に株式会社ハルメクホールディングス取締役CFOに就任



取締役
土屋 淳一

- 学習院大学経済学部を卒業後、SMBC日興証券株式会社、株式会社TMJにて経営企画・管理部門を統括
- 2009年にいきいき株式会社（現株式会社ハルメクホールディングス）に入社、構造改革、持株会社化による組織再編、マネジメントバイアウトなどを主導
- 2014年6月に取締役に就任



取締役
山岡 朝子

- 大阪大学文学部を卒業後、株式会社主婦と生活社に入社し雑誌編集者としての道を一貫して歩む
- 2004年から13年間にわたり、主に生活実用誌やインテリア誌など7誌の編集長を歴任したのち、2017年に株式会社ハルメクに入社。8月より「ハルメク」編集長に就任し、部数を6年で3倍に成長させる
- 2021年6月から取締役に就任

1989 ● 5月 ユーリーグ株式会社を設立

1996 ● 3月 雑誌「いきいき」発刊

2009 ● 3月 負債総額65億円、民事再生申立

● 4月 J-STAR株式会社がいきいき株式会社を設立

● 5月 いきいき株式会社がユーリーグ株式会社の全事業を事業譲受

2012 ● 9月 ノーリツ鋼機株式会社の子会社NKリレーションズが設立したLaunchpad threeがいきいき株式会社を100%子会社化

2016 ● 4月 商号をいきいき株式会社から株式会社ハルメクに変更合わせて、ブランドも「ハルメク」に変更し統合

2018 ● 4月 株式会社ハルメクから株式移転で(旧)株式会社ハルメクホールディングスを設立
新設分割で株式会社ハルメク・エイジマーケティングと株式会社ハルメク・ビジネスソリューションズを設立

2020 ● 7月 株式会社HLMK2を設立

● 8月 株式会社HLMK2（(現)株式会社ハルメクホールディングス）が、ノーリツ鋼機株式会社から（旧）株式会社ハルメクホールディングスの株式を取得（MBOを実施）

2021 ● 10月 株式会社HLMK2((現)株式会社ハルメクホールディングス)が、(旧)株式会社ハルメクホールディングスを吸収合併

2023 ● 3月 株式会社ハルメクホールディングスが、東京証券取引所グロース市場に上場

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。