

2024年3月期 第2四半期 決算説明資料

2023年11月13日

株式会社ハルメクホールディングス
(証券コード：7119)

1. 2024年3月期 第2四半期 決算概要

2. 中長期成長戦略

Appendix. 会社概要

エグゼクティブサマリー

24/3期上期（億円）

売上収益

152.5

(業績予想比101.7%)

- 上期業績予想に対して想定どおりの着地
- ハルメク事業、全国通販事業ともに二桁成長

営業利益

7.7

(104.9%)

- 上期業績予想に対して想定どおりの着地
- 新規顧客獲得、先行投資を計画どおり実行

四半期利益

4.1

(103.0%)

- 上期業績予想に対して想定どおりの着地

23/3期上期末→24/3期上期末（万人）

読者数

48→44

(前年同期比△9.0%)

- 昨年（1月、5月）はTV放映の影響で新規読者数が急増したが、今期は大型のメディアの露出がなく、読者数は減少

顧客数

120→127

(+5.8%)

- ハルメク事業、全国通販事業ともに利用顧客数を拡大

1. 2024年3月期 第2四半期 決算概要

業績ハイライト（連結損益計算書）

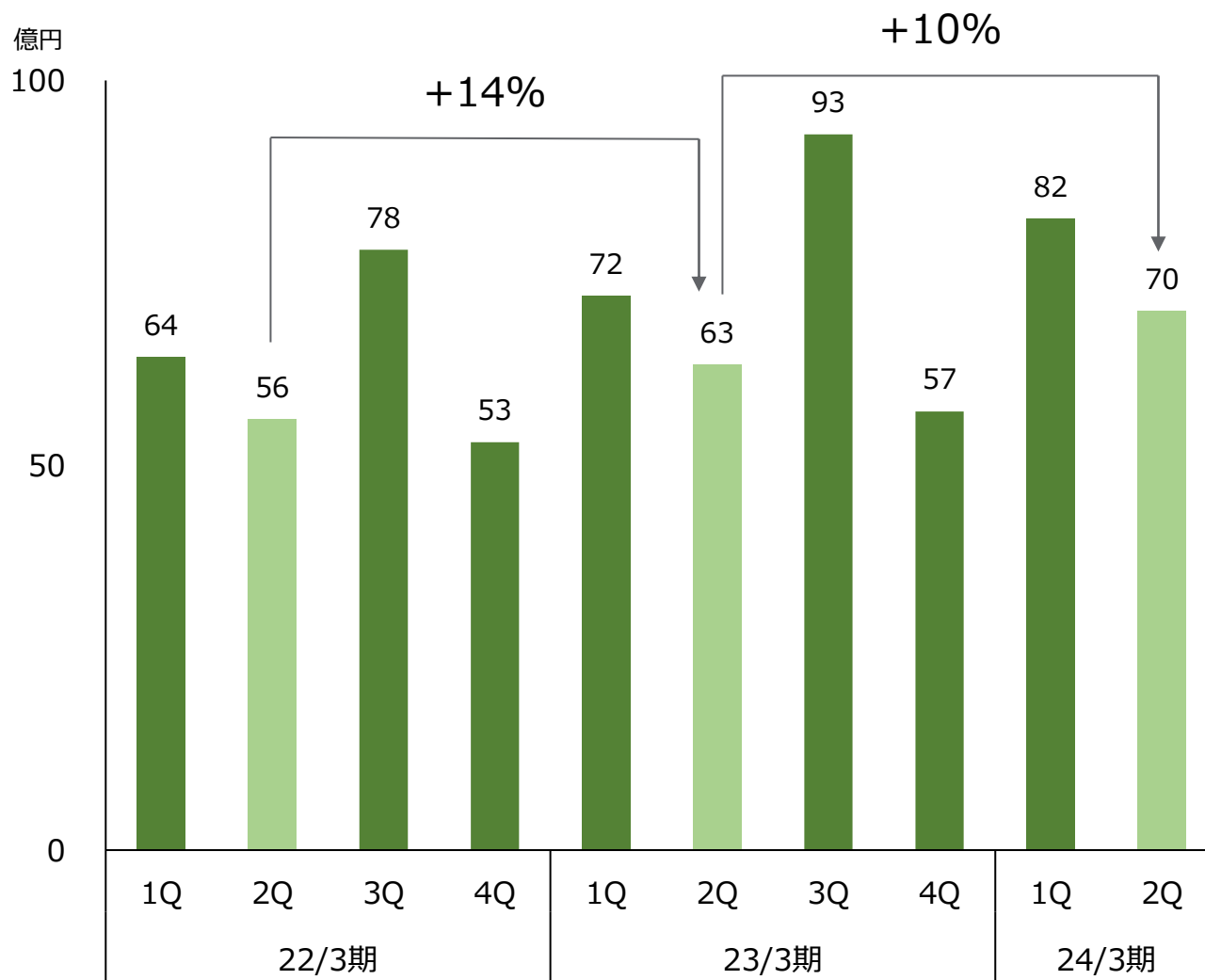
- 売上・営業利益ともに当初業績予想どおりの着地
- 前年同期比では増収減益。ハルメク事業の新規顧客獲得投資拡大、先行投資の赤字拡大等による営業利益の減少に加えて、5月に実施した借入金の返済による1.3億円の一過性コストの計上により、四半期利益も減益

単位：百万円

IFRS基準	2023/3期 上期	2024/3期 上期		前年比 (%)	予想比 (%)
		業績予想	実績		
売上収益	13,653	15,000	15,253	+11.7	+1.7
営業利益	910	740	776	△14.7	+4.9
税引前利益	820	600	622	△24.1	+3.7
四半期利益	549	400	412	△24.9	+3.0

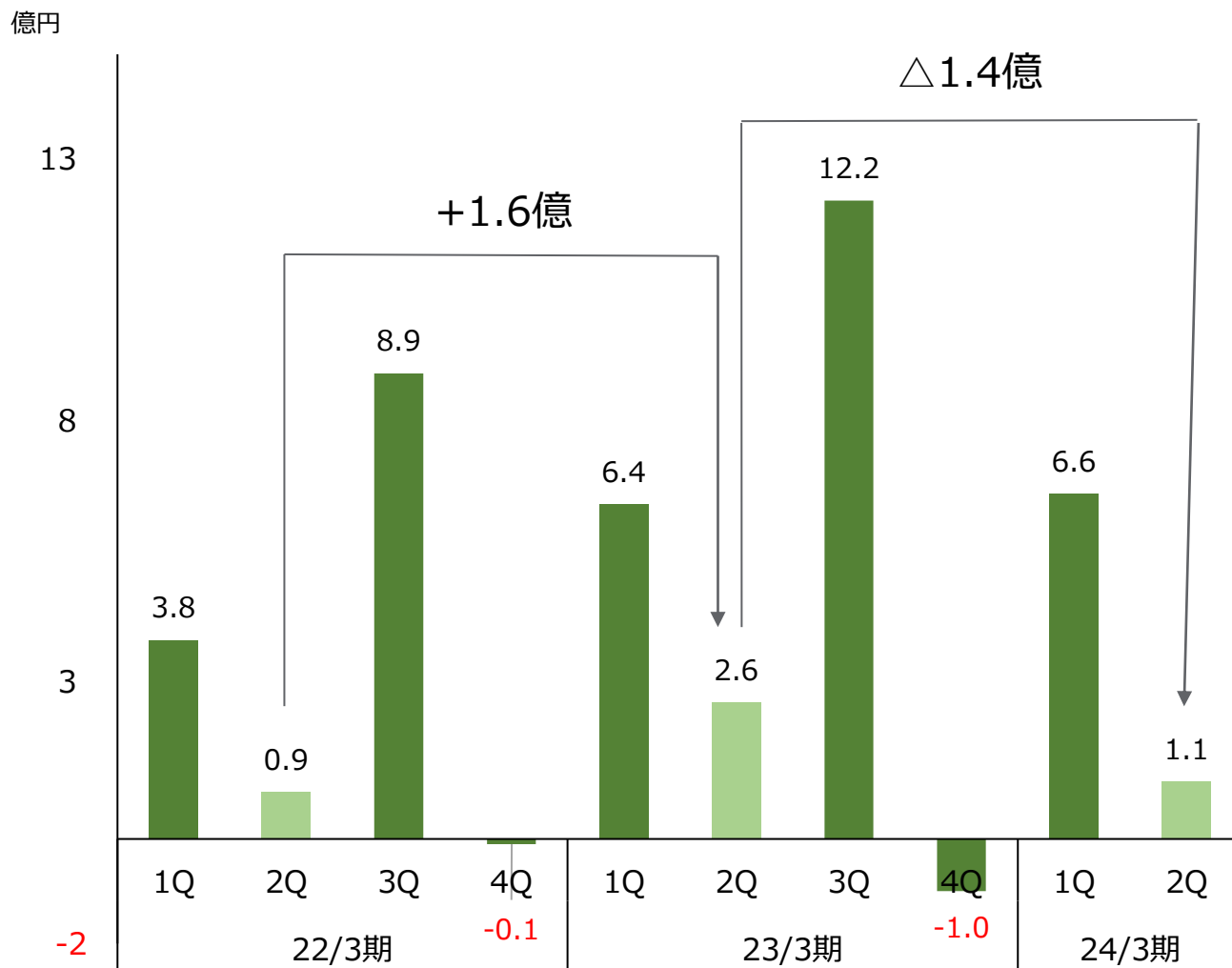
四半期別業績推移（売上収益）

- 当社の売上収益は季節性があり、第1、第3四半期偏重だが、第2四半期は前年同期比+10%成長



四半期別業績推移（営業利益）

- ハルメク事業の読者数の減少、新規顧客獲得投資の拡大、先行投資（ハルメク365）の赤字幅の拡大、紙・印刷コスト上昇等により、第2四半期は前年同期比では減益



セグメント別業績

- ハルメク事業は、新規顧客獲得と先行投資事業に積極的に投資したものの、読者数の減少もあり、増収減益
- 全国通販事業は、当初計画通り、既存顧客からの収益を新規顧客獲得のための広告宣伝費へ充当して成長

単位：百万円

日本基準		2023/3期 上期	2024/3期 上期	増減	増減率 (%)
グループ連結	売上	13,672	15,264	+1,591	+11.6
	EBITDA	1,026	969	△57	△5.6
	(マージン)	7.5%	6.4%	—	—
ハルメク	売上	10,504	11,605	+1,101	+10.5
	EBITDA	876	809	△67	△7.7
	(マージン)	8.3%	7.0%	—	—
全国通販	売上	3,325	3,804	+478	+14.4
	EBITDA	△5	17	+23	—
	(マージン)	△0.2%	0.5%	—	—
調整額	売上	△157	△145	—	—
	EBITDA	155	142	—	—

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、2、4ページの数値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（詳細）：ハルメク事業

- 情報コンテンツは、読者数減少と新規読者獲得投資拡大で増収減益。物販は、増収増益
- 先行投資*2は新聞単品外販、店舗、靴、HMの売上が伸長、主にハルメク365への投資で赤字幅は拡大
単位：百万円

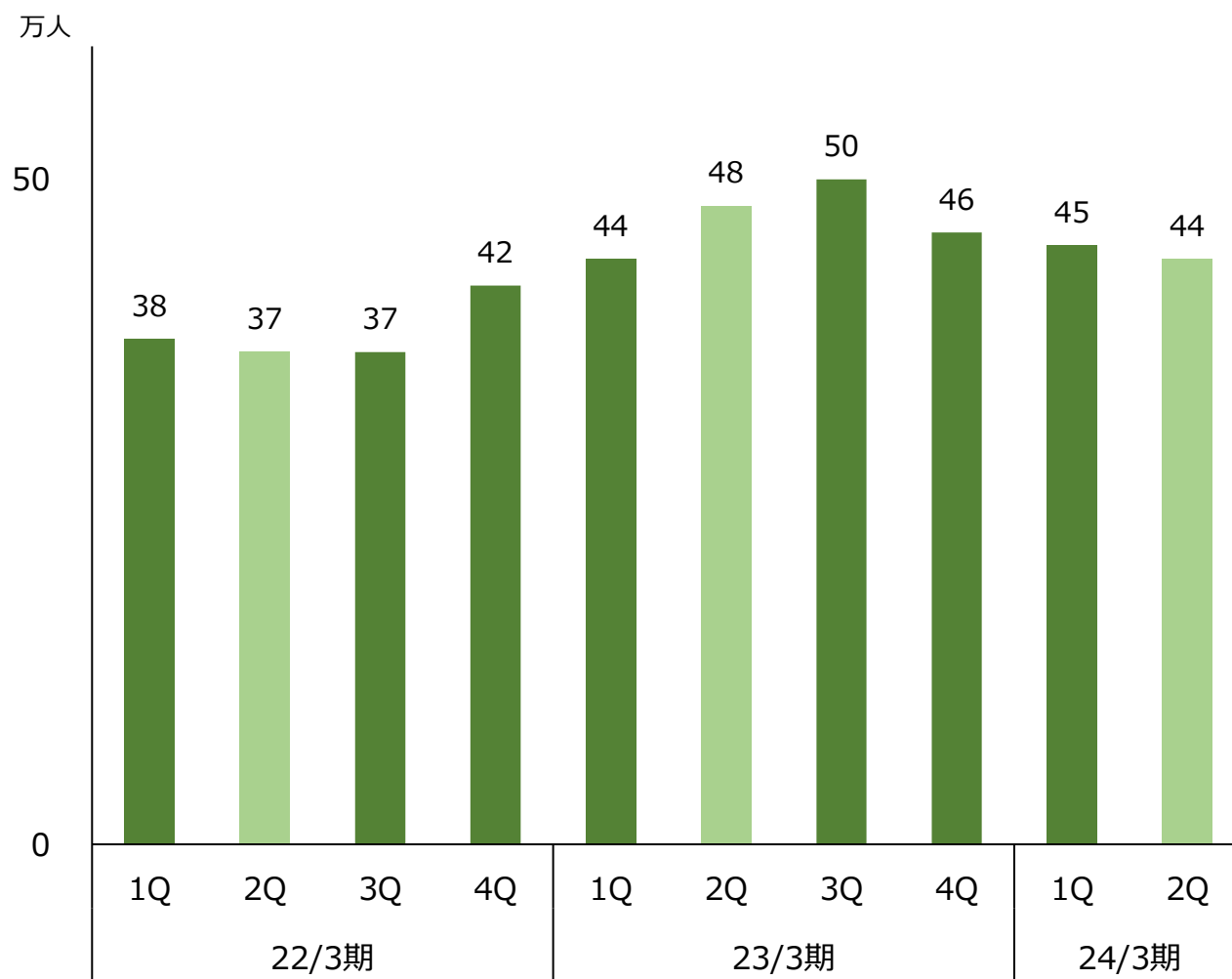
日本基準		2023/3期 上期	2024/3期 上期	増減	増減率 (%)
ハルメク事業	売上	10,504	11,605	+1,101	+10.5
	EBITDA	876	809	△67	△7.7
	(マージン)	8.3%	7.0%	—	—
情報 コンテンツ	売上	1,651	1,690	+39	+2.4
	EBITDA	398	358	△39	△9.9
	(マージン)	24.1%	21.2%	—	—
物販	売上	6,761	7,361	+600	+8.9
	EBITDA	769	808	+38	+5.1
	(マージン)	11.4%	11.0%	—	—
コミュニティ	売上	20	23	+3	+16.5
	EBITDA	△8	△12	△4	—
先行投資	売上	2,071	2,530	+458	+22.2
	EBITDA	△282	△345	△62	—

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、2、4ページの数値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 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（略称：HM）

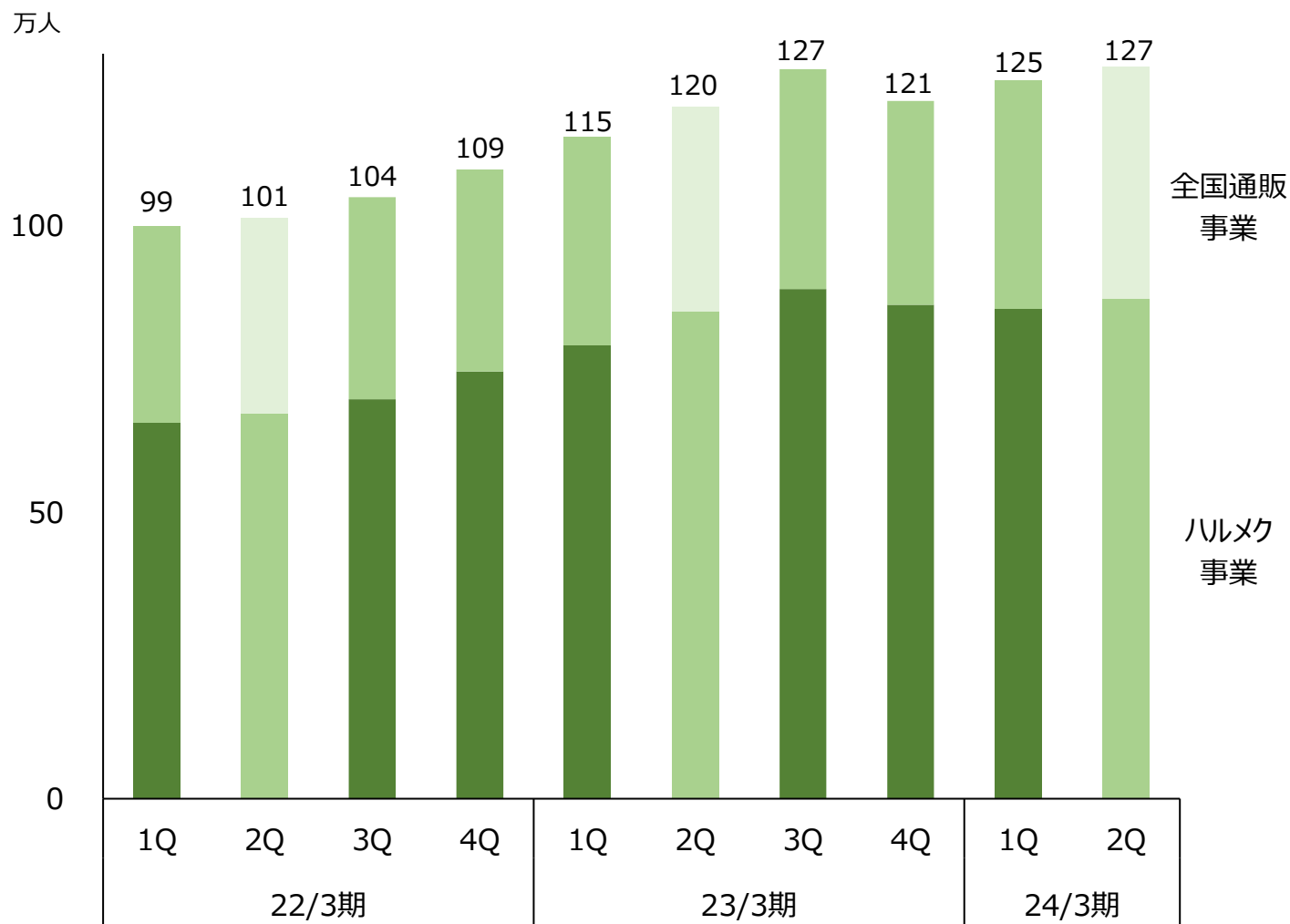
KPI推移（四半期別読者数推移）

- ハルメク誌は前年の新規獲得読者数、メディア露出の影響等が大きく、前年同期比は減少、前四半期末比でも微減



KPI推移（四半期別顧客数推移）

- グループ全体の顧客数は全国通販事業の伸長もあり拡大



連結業績予想の進捗率

- 2023年5月の決算説明資料に記載したとおり、当社は下期偏重の特徴がある
- 上期の売上・利益は業績予想どおりの着地で、通期業績予想も変更なし

単位：百万円

IFRS基準	2024/3期			進捗率 (%)	
	上期		通期	対上期	対通期
	業績予想	実績	業績予想		
売上収益	15,000	15,253	32,000	101.7	47.7
営業利益	740	776	2,250	104.9	34.5
税引前利益	600	622	2,100	103.7	29.6
当期(四半期)利益	400	412	1,400	103.0	29.4

2. 中長期成長戦略



1. 現事業の拡張

65歳以上のアクティブシニアをメインターゲットにした既存事業に新たなサービスを加えて成長する

2. 顧客ベースの拡張

50代のプレシニアをメインターゲットにしたネット中心のビジネスモデルを開発し、顧客ベースを拡張する

3. 海外展開

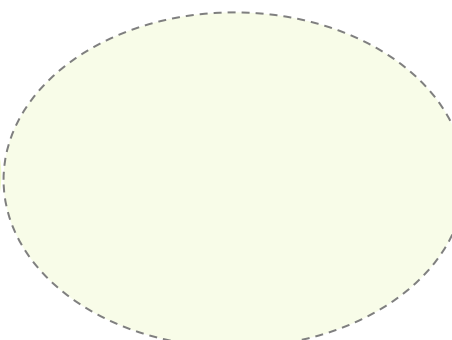
日本で確立したビジネスモデルを東アジアを中心に海外展開する

3つのシニアセグメント



2.顧客ベースの拡張
 団塊Jr世代を睨んだ
 ネット中心のビジネス
 モデルを開発

1.現事業の拡張
 団塊世代中心の
 現ビジネスモデルを
 拡張

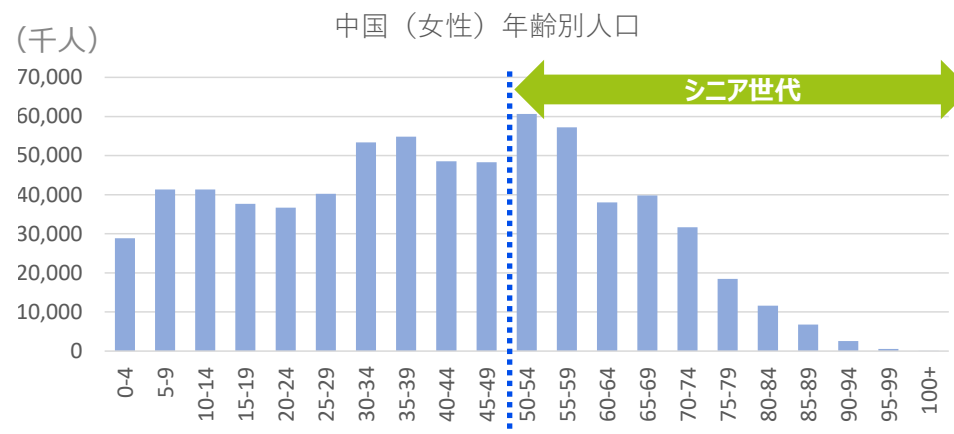
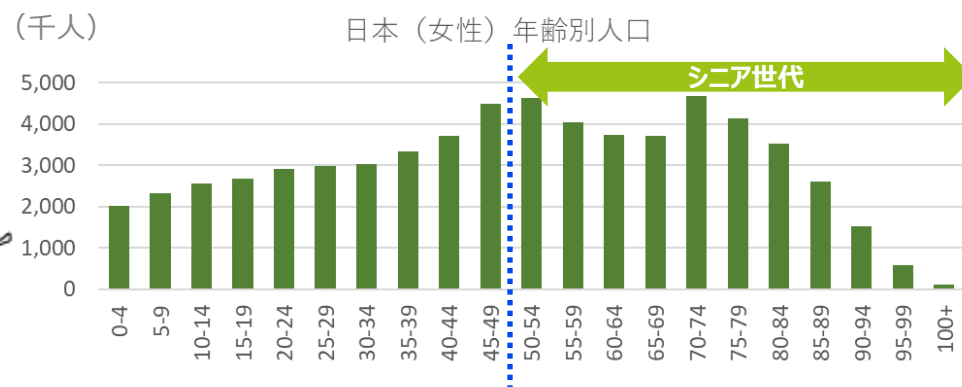
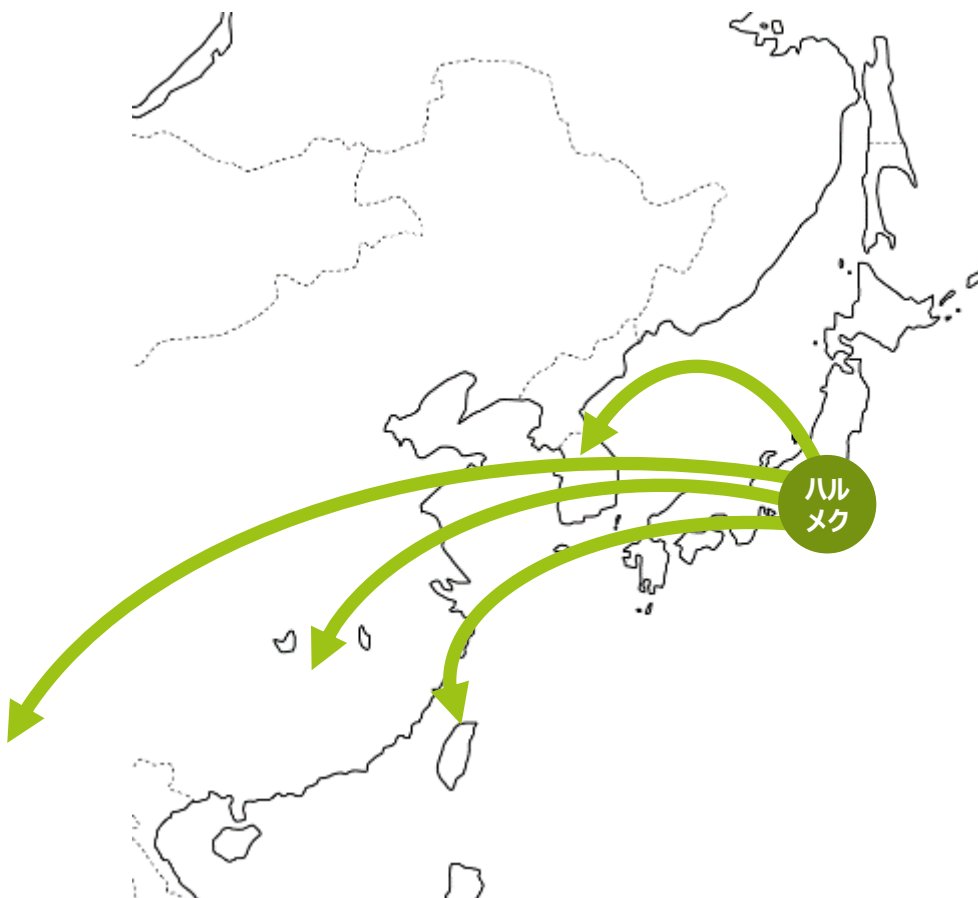


出典：総務省統計局「人口推計（2022年（令和4年）10月1日現在）」

		現在の事業モデル	1.現事業の拡張	2.顧客ベースの拡張
ターゲット		65歳以上の団塊世代	65歳以上の団塊世代	50代団塊ジュニアへ拡大
集客方法		新聞中心	TV・店舗・Web・コミュニティの拡大	Web(SNS・アプリ等)とコミュニティの更なる拡大
提供する事業	情報コンテンツ	ハルメク誌	ハルメク365 (65歳以上継続率向上)	ハルメク365 (50代開拓)
	物販	カタログ+EC+店舗	店舗・サブスク等の拡大	50代向けECへ拡大
	コミュニティ	講座・イベント・旅行	自律成長型コミュニティを開発 (M&A)	自律成長型コミュニティを拡大
	サービス	—	ヘルスケア・終活を中心に開発 (M&A)	ヘルスケア・終活を拡大

3.海外展開

- 日本で培ったシニアビジネスモデルを、これから高齢化が進む東アジアで展開します



出典：2023 by PopulationPyramid.net

Appendix. 会社概要

**50代からの女性が
よりよく生きることを応援します。**

**「年を取るのも悪くない」
そう思える社会の実現がハルメクの使命です**

**人生の先輩たちが自分らしく輝いて生きる姿は
若い世代にも希望を与え、未来が明るく変わっていきます**

**世界一の高齢化を、世界の手本となる幸せな社会へ
ハルメクは常に事業を進化させ、最前線で貢献します**

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事業を提供している

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
3.9万本*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8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 2023年3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5年連続で伸ばし*1、「女性誌No.1」*2、2022年において「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)

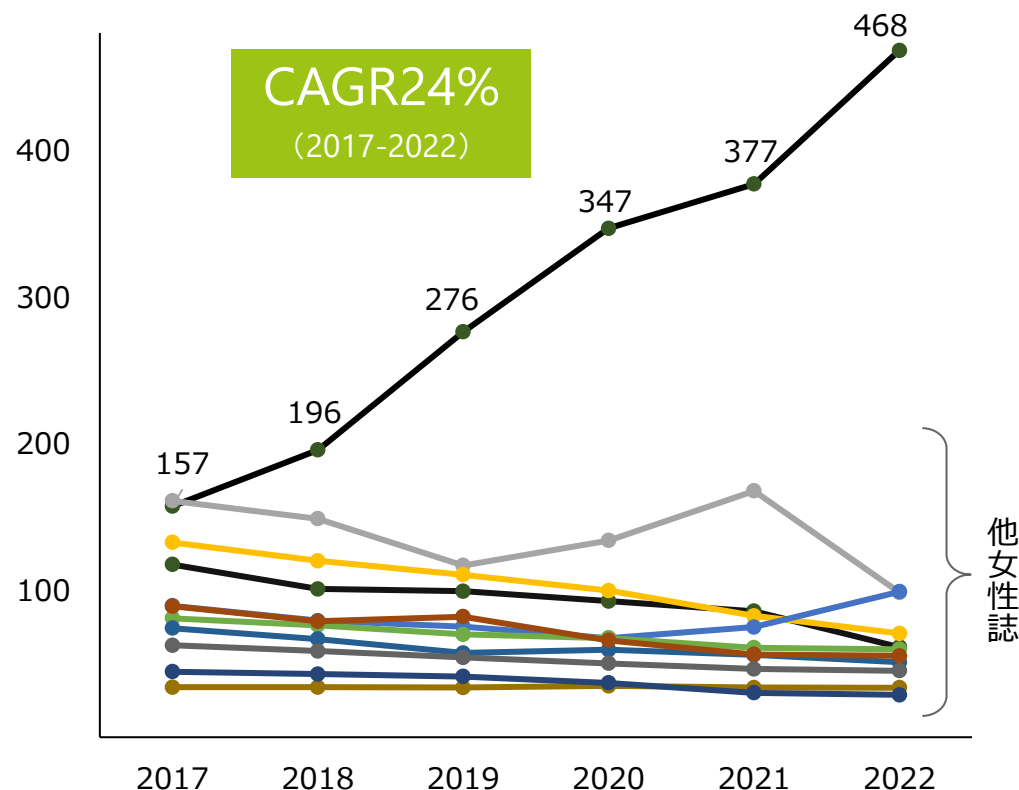
6,960円/年*5

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

(千冊)



*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート (2018年～2022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8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・下期の販売部数) *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

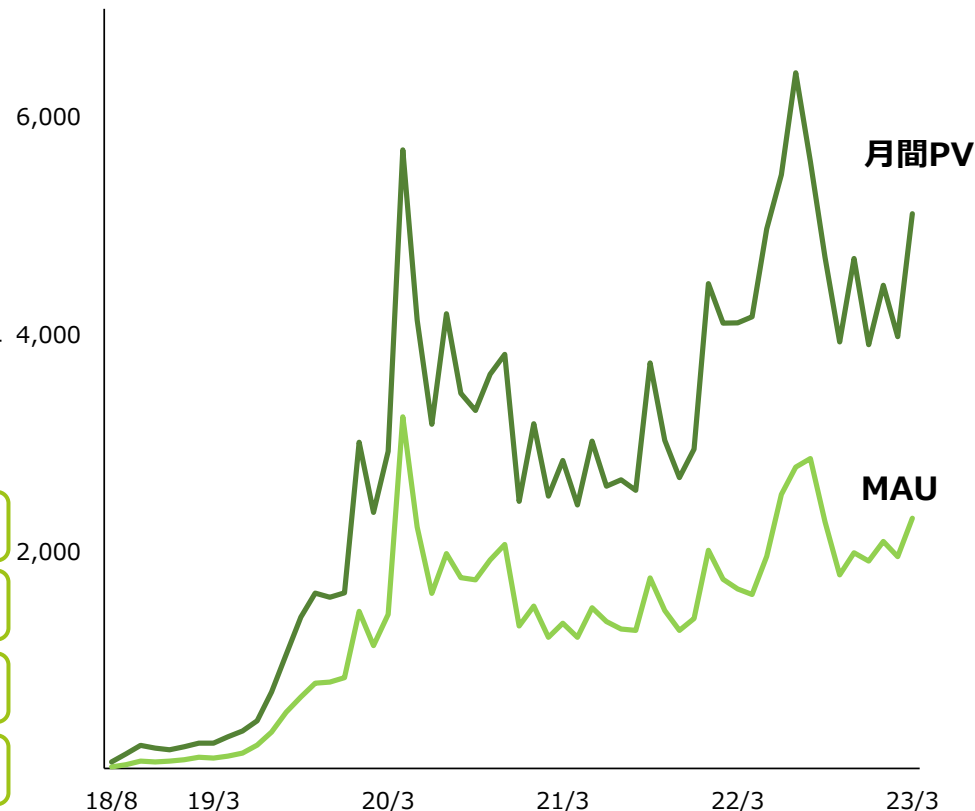
230万人

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8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 2023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

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

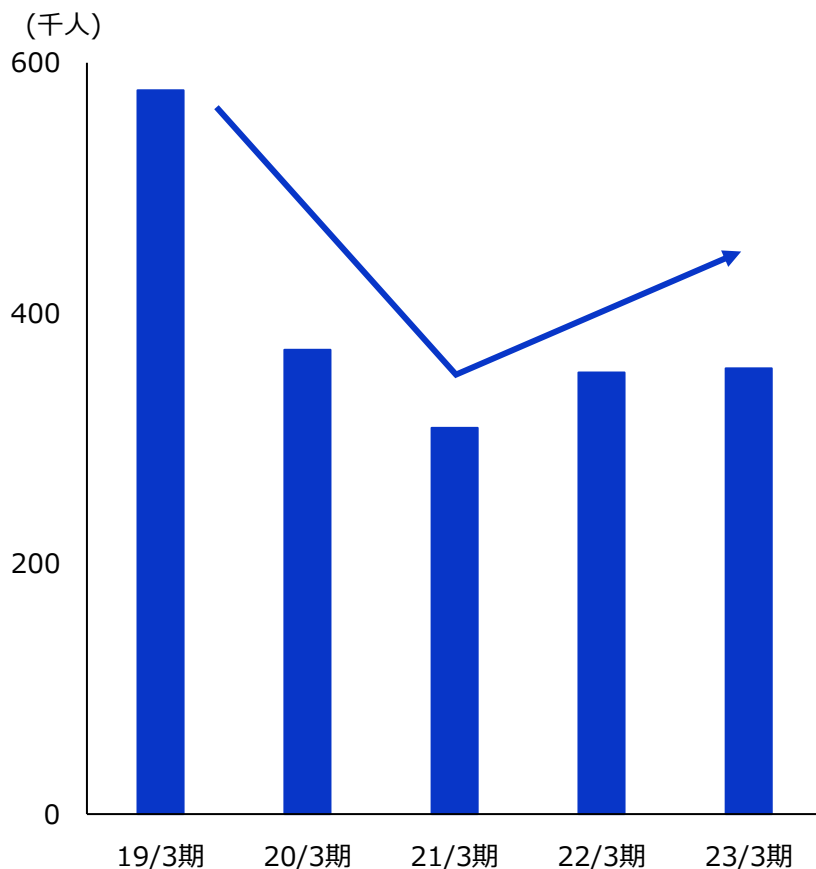
*2 2018年3月期から2023年3月期に実施したリアル、オンラインを含めた旅行、講座、イベントの参加人数

		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	○		
	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）

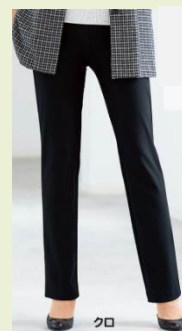
- 過去の構造改革で顧客数は底を打ち、2022/3期以降は成長トレンドへ
- ハルメク事業よりやや高い60代以上の顧客を対象に顧客の悩みや期待に応える商品を低～中価格帯で提供
- お得意様ごとに担当が決まっている「御用聞きコンシェルジュ」が快適なお買い物を支援

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



「フィラロッサ 裏起毛パンツ」
2,990円（税込3,289円）

ハルメク事業 （参考）



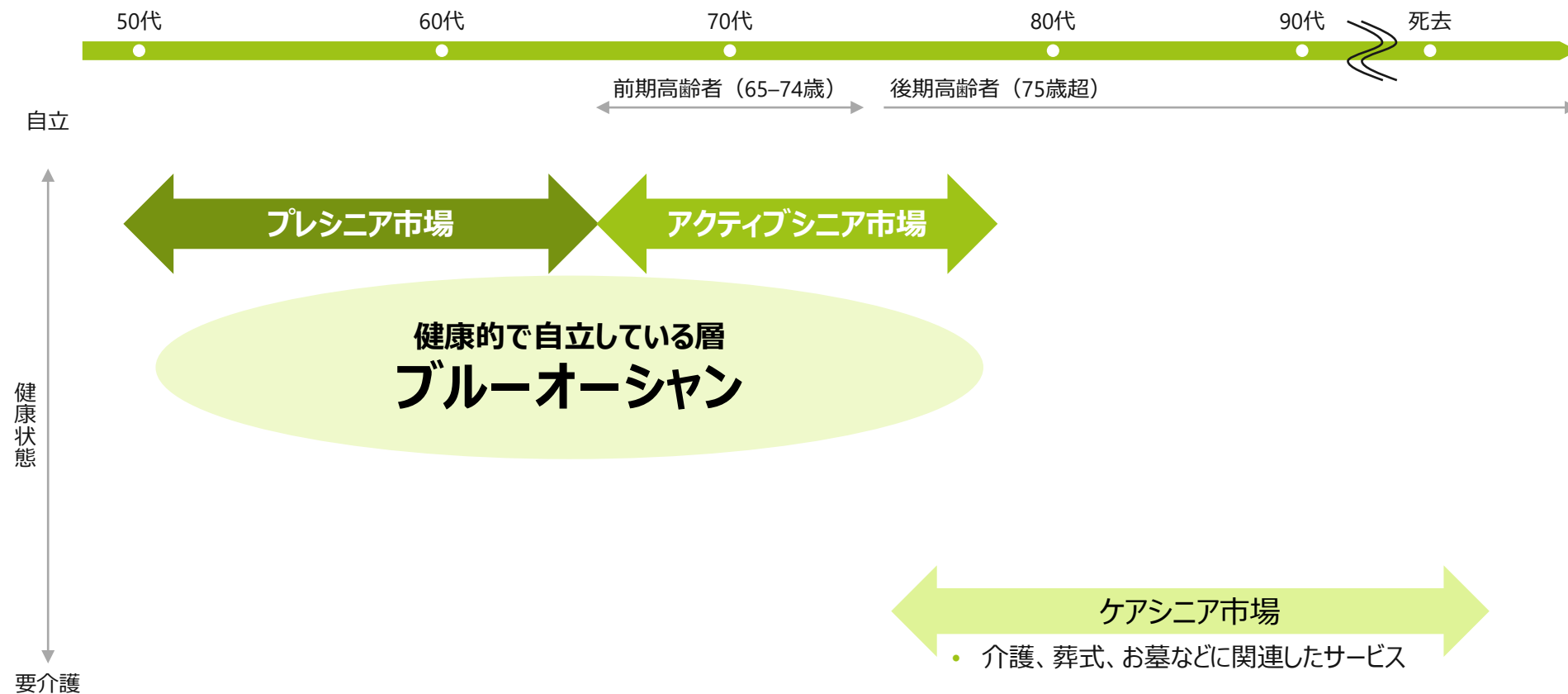
「セリジエストレッチパンツ」
税込8,990円

- 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



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

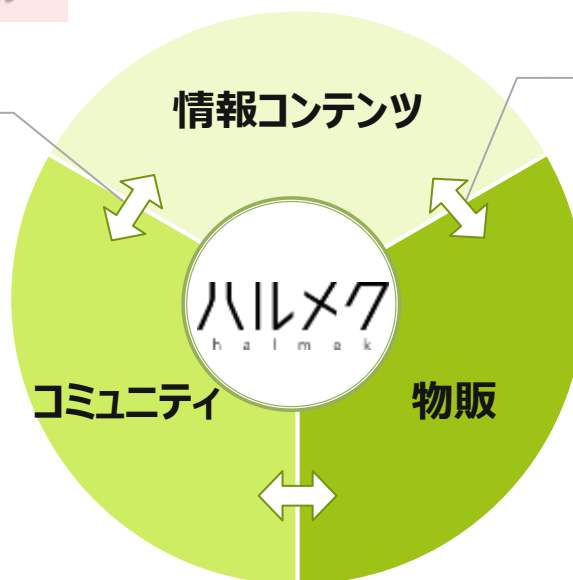
尿漏れの原因が骨盤底筋の衰えであること、骨盤底筋を鍛えることで改善が図れることを説明し、自分でできるエクササイズを紹介

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47万枚（2023年3月末時点）を販売

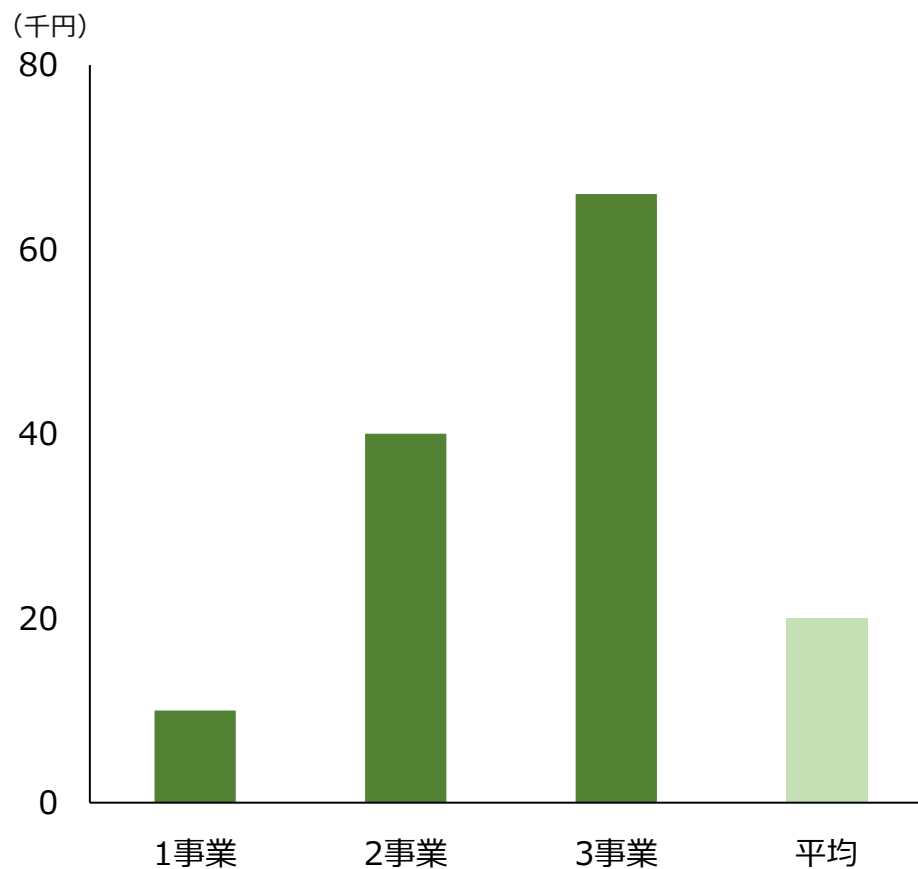
社内だけでなく社外企業とも連携

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（2023年3月期）

- 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。