

# エイチームホールディングス 新規投資家向け資料

株式会社エイチームホールディングス（証券コード：3662）

## 1. 会社概要

## 2. 事業概要

## 3. 中期経営計画

- M&Aの方針と実績
- リスクボラティリティ低減に向けた取組
- 株主還元
- 資本コストや株価を意識した経営及びキャピタルアロケーション

## 4. ガバナンス・経営体制

## 5. APPENDIX

# 1.会社概要

商号	株式会社エイチームホールディングス
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	12社（国内11社、海外1社）
連結社員数	783名（役員、アルバイトを除く）
単元株式数	100株





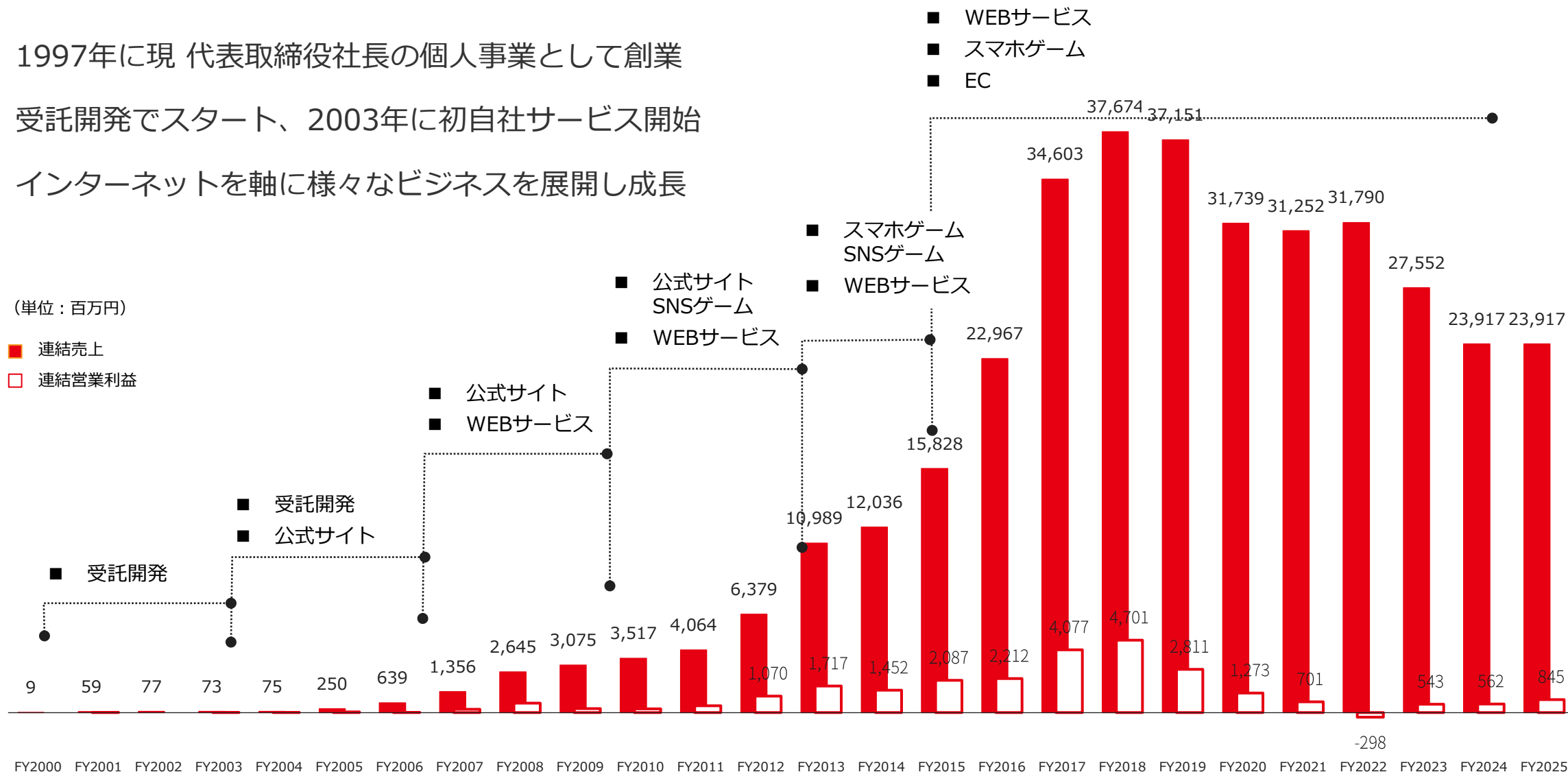
## TOP PROFILE

代表取締役社長 林 高生 Takao Hayashi

1971.12.18	岐阜県土岐市に生まれる
1982.12	コンピュータプログラミング 開始
1987.03	多治見市多治見中学校 卒業
1987.04	学習塾経営・さまざまなアルバイト
1997.06	個人事業として「エイチーム」創業 ソフトウェアの受託開発を開始
2000.02.29	有限会社エイチーム 設立
2004.11.01	株式会社エイチーム <sup>※</sup> に組織変更

※ 2025年4月4日に株式会社エイチームホールディングスに社名変更

- 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





デジタルマーケティング事業

メディア・ソリューション

エイチームライフデザイン



etc...

Paddle



etc...

Qiita



etc...

Strainer



etc...

microCMS



microCMS

etc...

WCA



WCA INC.

etc...

D2C

エイチームウェルネス



エイチームコマーステック



OBREMO

エンターテインメント事業

エンターテインメント

エイチーム  
エンターテインメント



etc...

## 経営理念

**みんなで幸せになれる会社にする  
こと**  
**今から100年続く会社にする  
こと**

### 幸せの定義

- ・ みんなから必要とされる存在であること
- ・ 金銭的に裕福であること
- ・ 幸せにしたい人を幸せにできること



# “Ateam Purpose”

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

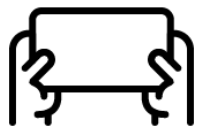
「最高の技術者集団をつくりたい」という想いで1997年に始めたエイチーム。自社で考えた小さなゲームアプリを原点に、様々なウェブサービスを展開してきました。私たちの価値の源泉である「Creativity×Tech」を駆使して、世の中に「もっと楽しく」「もっと便利に」を提供してきました。これからも、枠にとらわれない創造性と高い技術力で挑戦し続けます。

## 2.事業概要

## インターネットを軸に多様な事業を展開するIT企業として、 テクノロジー×デジタルマーケティングを強みに様々なソリューションを展開

### エンターテインメント

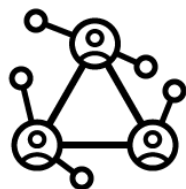
#### ゲーム開発



世界中の人々にゲームアプリ等を提供、オリジナルIPと協業案件を開発

### メディア・ソリューション

#### メディア 送客・集客



送客メディア・情報サイト等様々なWEBサービスの企画・開発・運営

#### ソリューション 法人支援



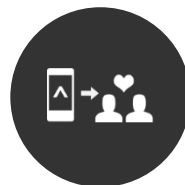
法人向けにデジタル集客や業務効率化支援に関するソリューションを提供

### D2C

#### ネット販売



複数の商材のD2C。定期購入型のビジネスモデルで継続顧客を獲得



# メディア・ソリューション事業

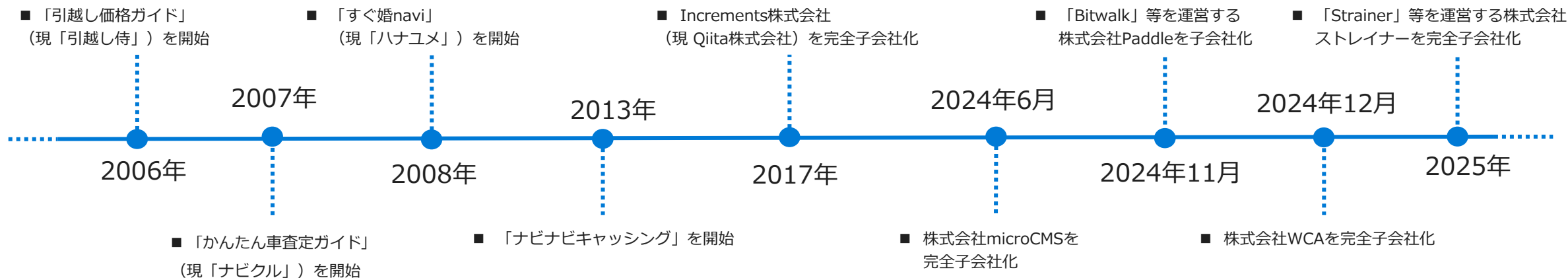
**MEDIA / SOLUTION**

日常生活に密着した送客メディア・情報メディア・ツール等の  
様々なウェブサービスの企画・開発・運営、  
法人向けデジタル集客支援に関する事業支援サービスを展開。

## メディア・ソリューションの特徴

「引越し侍」をはじめとした送客メディアを複数展開し、**安定的な収益力を確保**。  
長年のメディア運営により**各種広告運用、サイト制作等のデジタルマーケティングノウハウを蓄積**。  
WEB広告の黎明期から積み上げてきたノウハウを活用し、  
**今後は、BtoB向けにデジタルマーケティング支援やSaaSによる業務効率化支援等を行う。**

## メディア・ソリューションの沿革



業界シェアトップクラスの送客メディアを複数運営しており、  
安定的な収益力を確保。

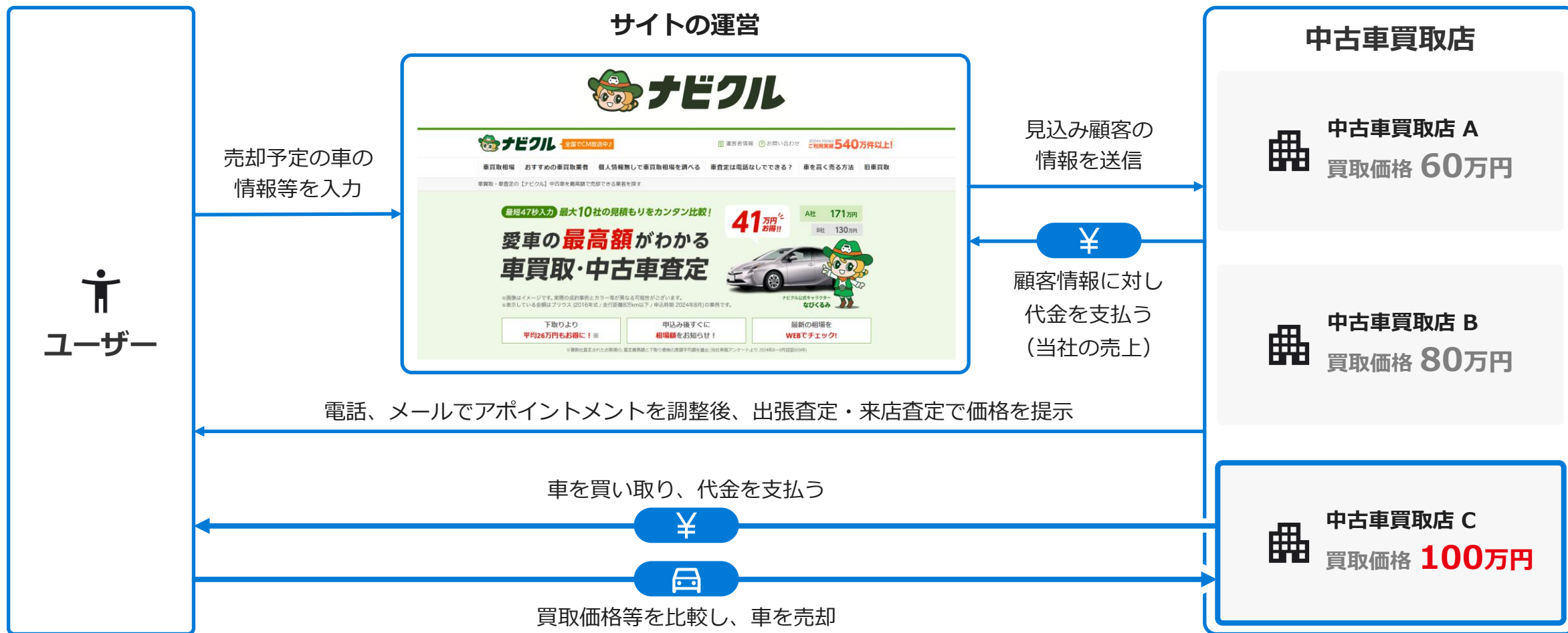
	引越し比較・予約サイト	車査定・買取サイト	結婚式場情報サイト
サービス名			
サービス開始年	2006年～	2007年～	2008年～
特徴	引越し見積りの 業界シェアNo.1。 <sup>※</sup>	一括申込件数のシェアは約45% 業界トップクラス。	ウェブサイトと店舗両方で 高い顧客満足度を実現。
概要	引越し料金やサービスを比較し、 業者を予約したり、一括で見積もりの 依頼ができるウェブサイト。	大手・中小の買取会社に一括で 査定依頼をすることで、より高く 愛車を売却できるウェブサイト。	結婚式場の情報を比較して、 相談から見学予約までができる ウェブサイトと店舗を運営。
URL	<a href="https://hikkoshizamurai.jp/">https://hikkoshizamurai.jp/</a>	<a href="https://www.navikuru.jp/">https://www.navikuru.jp/</a>	<a href="https://hana-yume.net/">https://hana-yume.net/</a>

※ 調査期間2021年6月14日～28日株式会社ショッパーズアイによる引越し比較専門サイト運営会社22社に関する比較調査

従来の送客メディアに加え、M&Aを通して  
法人向け支援ビジネス等の新たなビジネスへ拡張中。

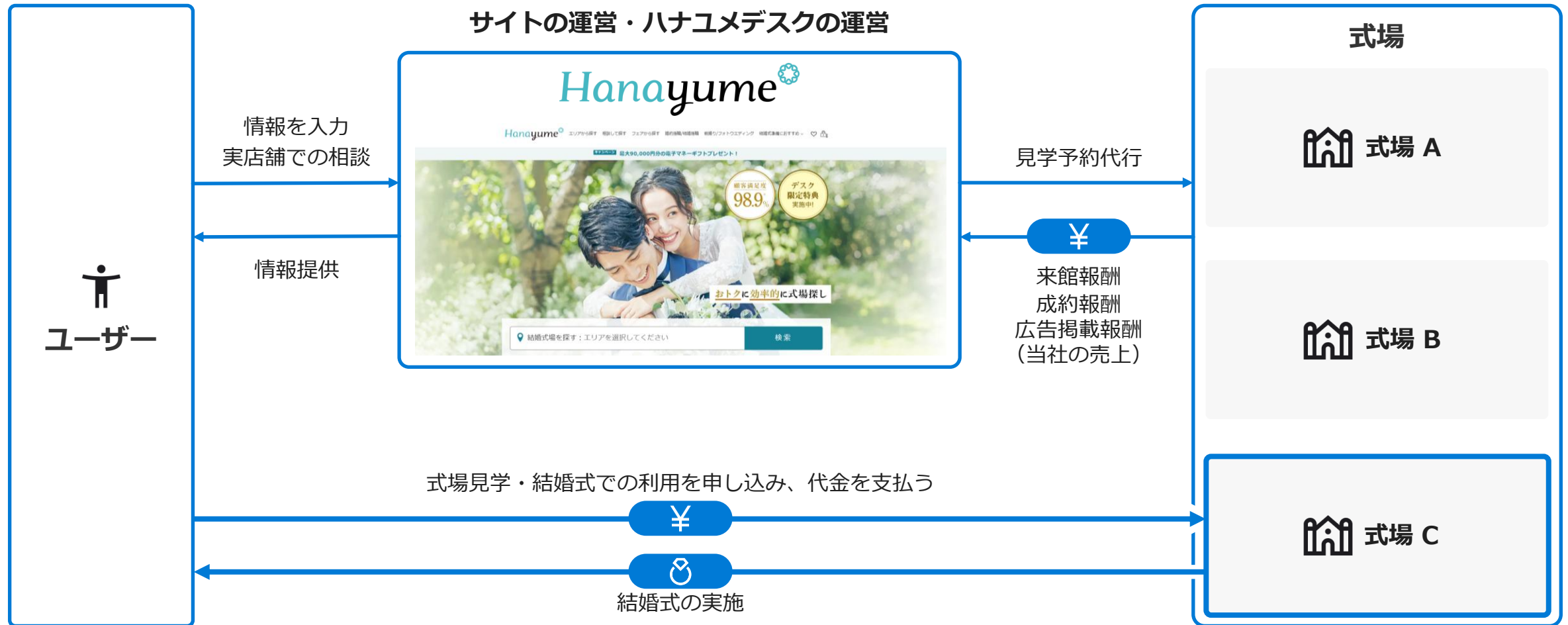
サービス名	エンジニアコミュニティサイト	ヘッドレスCMS	ウォーキング型ポイ活アプリ
	Qiita	 microCMS	Bit Walk
サービス開始年	2011年～ (グループ入り 2017年～)	2019年～ (グループ入り 2024年～)	2022年～ (グループ入り 2024年～)
特徴	会員数150万人を超える 日本最大級の エンジニアコミュニティ。	利用企業数累計1万社超え、 国内最大規模の 日本製ヘッドレスCMS。	毎日歩いた歩数に応じて 暗号資産に交換可能な ポイントが貯まる。
概要	エンジニアリングに関する知識を 記録・共有するためのサイト。	WEBサイトを作成・管理する コンテンツ管理システム。 APIベースの日本製ヘッドレスCMS。	暗号資産に交換可能なポイントが貯まる アフィリエイト型ウォーキング型 ポイ活アプリ。
URL	<a href="https://qiita.com/">https://qiita.com/</a>	<a href="https://microcms.io/">https://microcms.io/</a>	<a href="https://lp.bitwalk.jp/">https://lp.bitwalk.jp/</a>

## 見込顧客の情報に対し収益を得るモデル。ユーザーは手軽に相見積もりが可能。





収益ポイントは主に3つ。ユーザーが式場を見学して発生する報酬が8割を占める。



## Paddle社は暗号資産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「BitWalk」を展開



### Bit Start

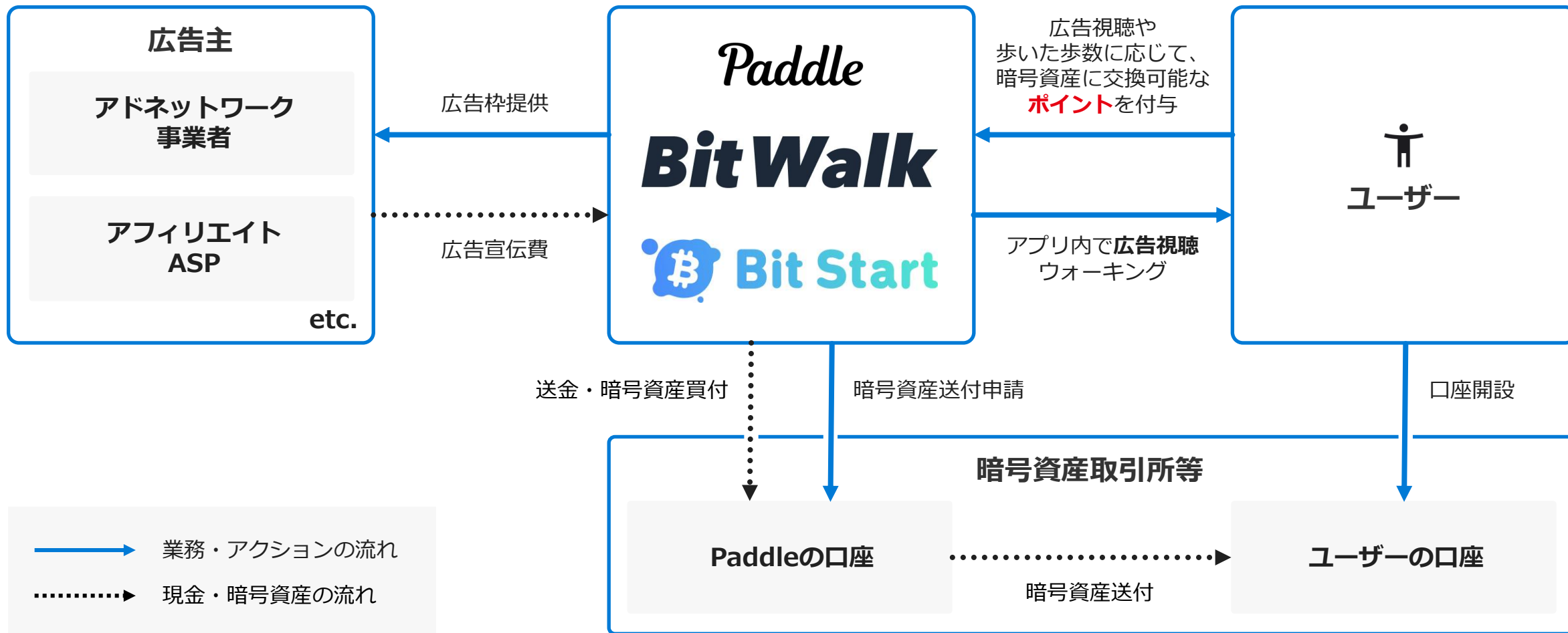
- 暗号資産に交換可能なポイントが貯まるポイ活アプリ
- アフィリエイト広告の実施によってポイントを獲得できる
- デモトレードやビットコイン講座等、初心者向けのコンテンツも充実



### BitWalk

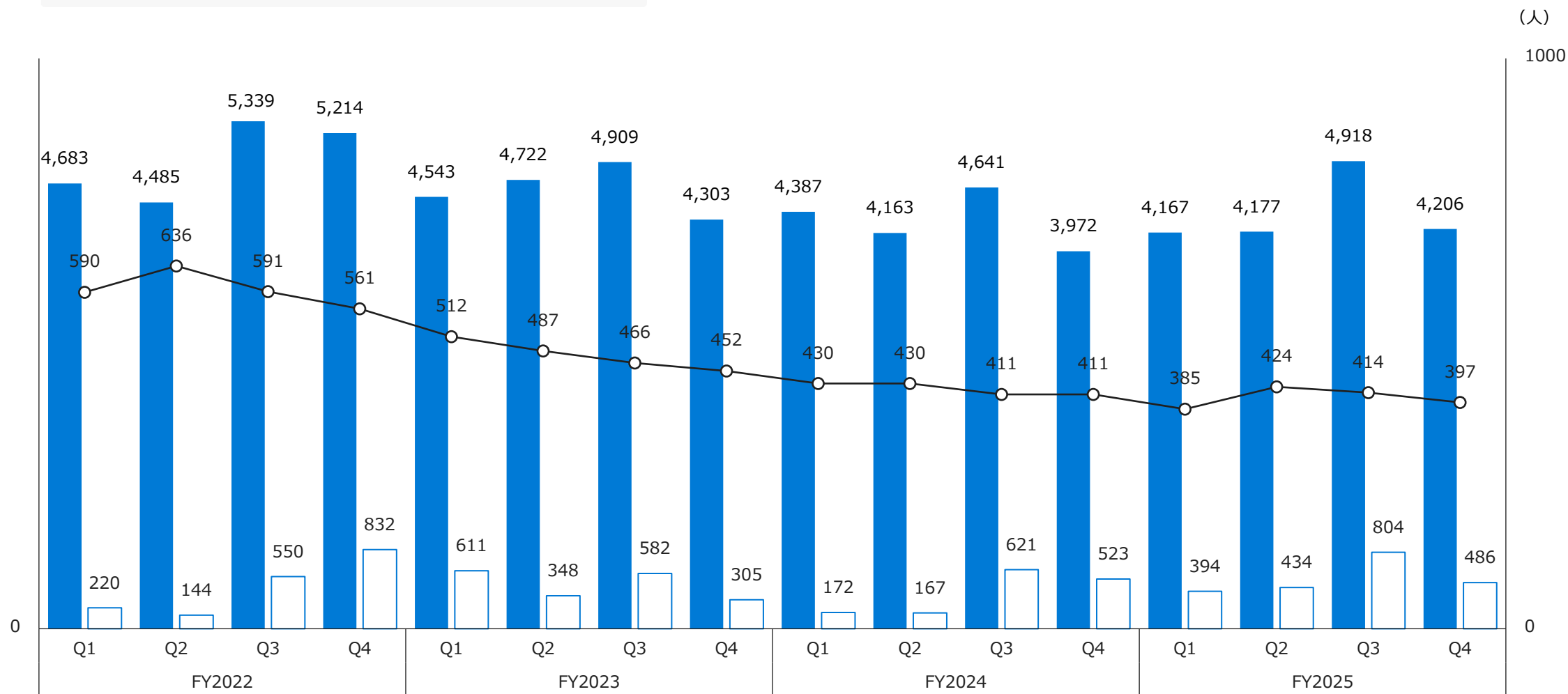
- 暗号資産に交換可能なポイントが貯まるウォーキング型ポイ活アプリ
- 毎日歩いた歩数に応じてポイントが貯まる
- 派生アプリとして「XRP Walk」や「DogeWalk」等もリリース

## アプリの利用に応じて暗号資産に交換可能なポイントを付与するビジネスモデル



## ● メディア・ソリューション: 四半期業績の推移

(百万円) ■ セグメント売上 □ 調整後EBITDA ○ 人員数



※ FY2024 Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、デジタルマーケティング事業のセグメント区分変更後の数値です。



# D2C事業

**DIRECT TO CONSUMER**

さまざまな商材を取り扱う複数のD2Cサービスの企画・開発・運営を行っています。

定期購入型のビジネスモデルによる継続顧客の積み上げにより、

安定的な収益基盤の構築を図ります。

## D2Cの特徴

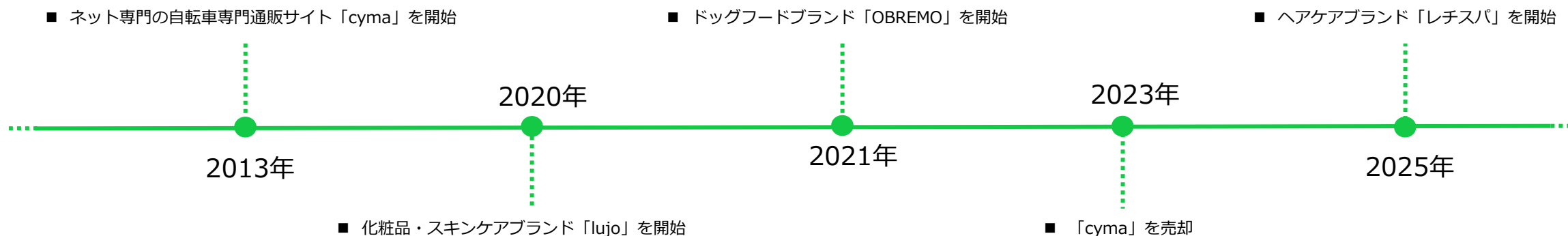
デジタルマーケティングと相性の良い商材を選定するマーケットインアプローチ。

高い集客力×定期購入型で継続顧客を積み上げ、安定成長する収益構造。

化粧品ブランド「lujo（ルジョー）」をはじめ、複数の商材を取り扱うECサイトを運営。

自社で商品の企画・開発・販促を行い、製造のみ外部に委託するOEM（Original Equipment Manufacturer）生産。

## D2Cの沿革



※「cyma」の売却等を踏まえ、2025年7月期からEC事業をデジタルマーケティング事業のサブセグメントであるD2Cに変更しております。

# lujo

化粧品・スキンケアブランド  
「lujo（ルジョー）」

最新のテクノロジーを用いた成分や処方による、  
本当に効果を実感できるエイジングケア\*を目指したブランド



※年齢に応じたケア



# OBREMO

ドッグフードブランド  
「OBREMO（オブレモ）」

飼い主さまとペットに寄り添った、  
安心安全なフードを提供するドッグフードブランド



## 自社で商品の企画・開発・販売を行うD2Cモデル、収益構造は継続顧客の積み上げ

商品の企画・開発 / 販売サイトの運営





## ● D2C : 四半期業績の推移

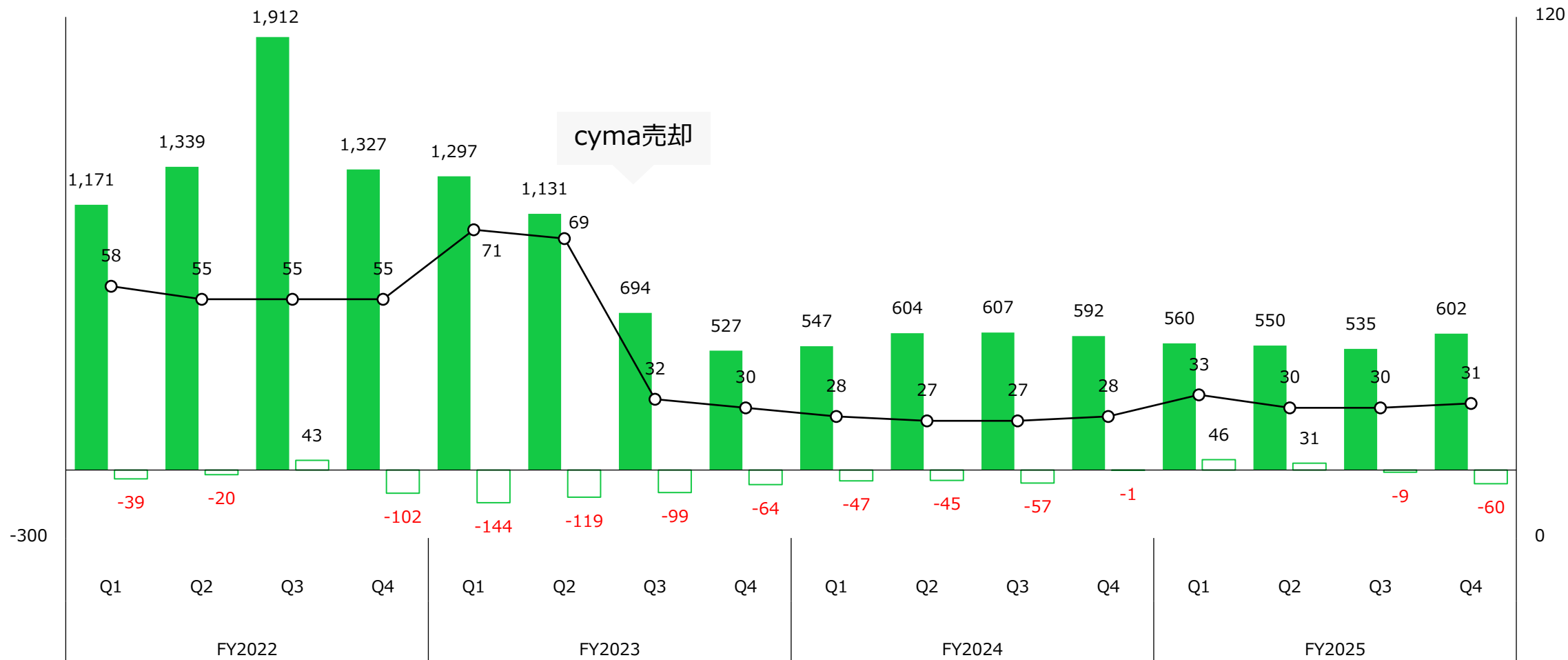
(百万円)

■ セグメント売上

□ 調整後EBITDA

—○— 人員数

(人)



※ FY2024 Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、デジタルマーケティング事業のセグメント区分変更後の数値です。



# エンターテインメント事業

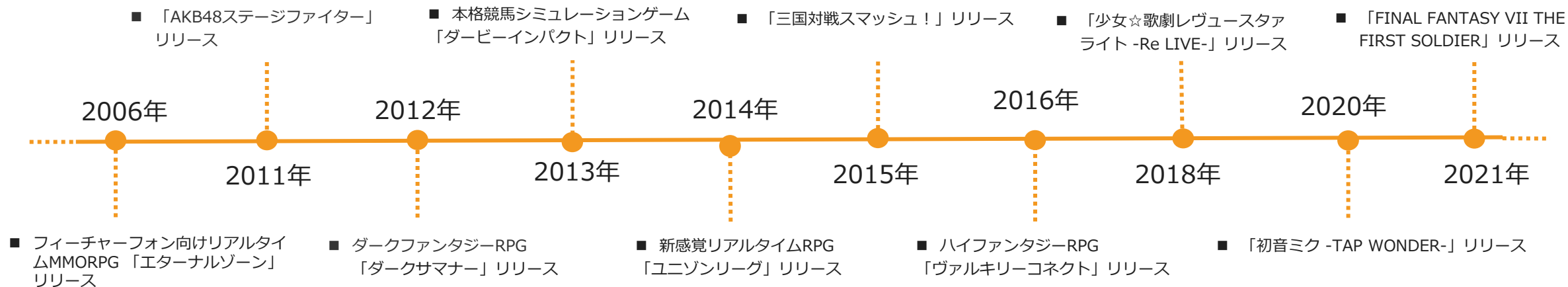
## ENTERTAINMENT

「人と人とのつながり」をテーマに、多彩なジャンルのゲームや便利なツールアプリを通じて世界中の人々も娯楽を提供しています。  
国内のみならず、海外のゲーム市場で更なる成長を目指します。

## エンターテインメントの特徴

2003年に初の自社ゲームをリリース。自社オリジナルゲームをはじめ他社IPとの協業ゲームも開発。リアルタイム通信技術を駆使し開発した**国内初のフィーチャーフォン向け**リアルタイムMMORPG「エターナルゾーン」や**高品質なグラフィック**が話題となったハイファンタジーRPG「ヴァルキリーコネクト」等を続々とリリース。現在は他社協業案件を中心とした安定的な収益構造への転換を推進。

## エンターテインメントの沿革





**ダークサマナー** 2012年～  
海外で高い人気！ ダークファンタジーRPG



**ダービーインパクト** 2013年～  
本格競馬シミュレーションゲーム



**ユニゾンリーグ** 2014年～  
友達と一緒に必殺技!新感覚リアルタイムRPG



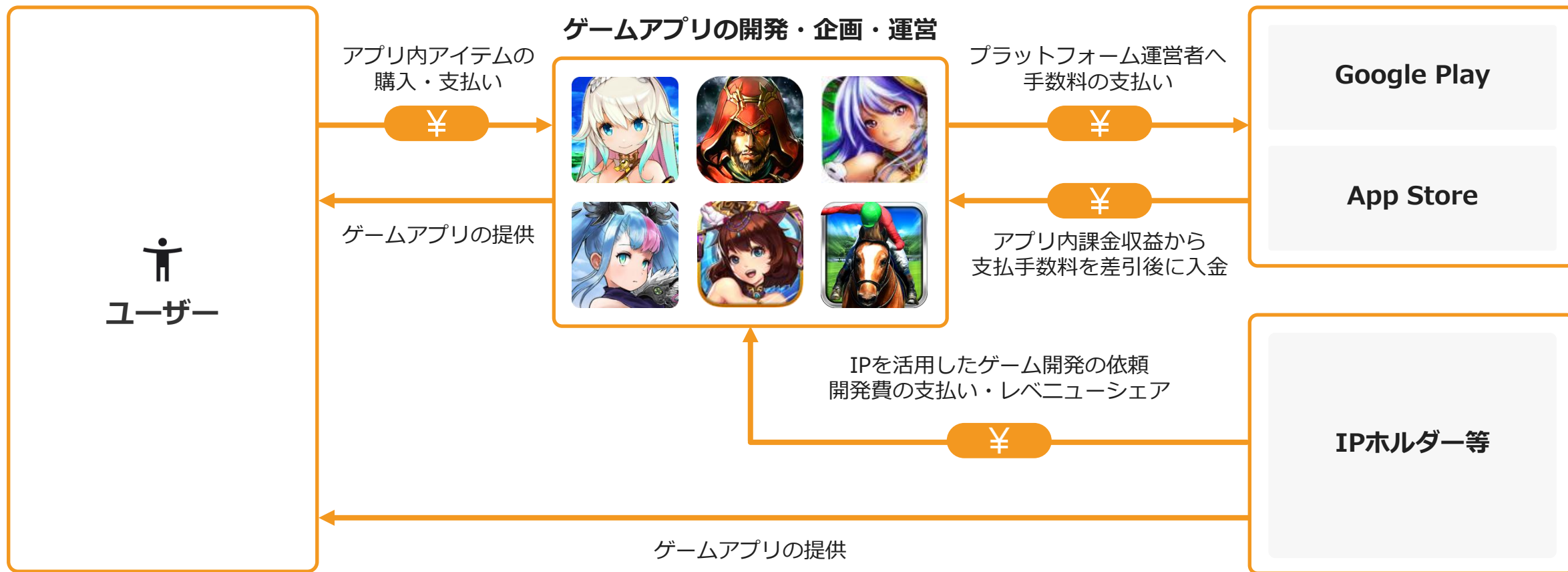
**三国大戦スマッシュ!** 2015年～  
爽快ひっぱり大戦アクションRPG



**ヴァルキリーコネクト** 2016年～  
迫力の3Dバトル!至高のハイファンタジーRPG

現在  
**協業案件開発中**

## アプリは基本的に無料でダウンロードでき、アプリ内課金で収益化するモデル 今後は**IPホルダー等との協業に注力**





## 高度なリアルタイム通信を支える通信・インフラ技術



2006年

国内初のフィーチャーフォン向け  
リアルタイムMMORPG  
「エターナルゾーン」をリリース。  
リアルタイム通信技術を駆使して開発



2016年

ハイファンタジーRPG  
「ヴァルキリーコネクト」  
当時では真新しい3Dグラフィック  
での開発に成功、  
高品質なグラフィックが話題に



2021年

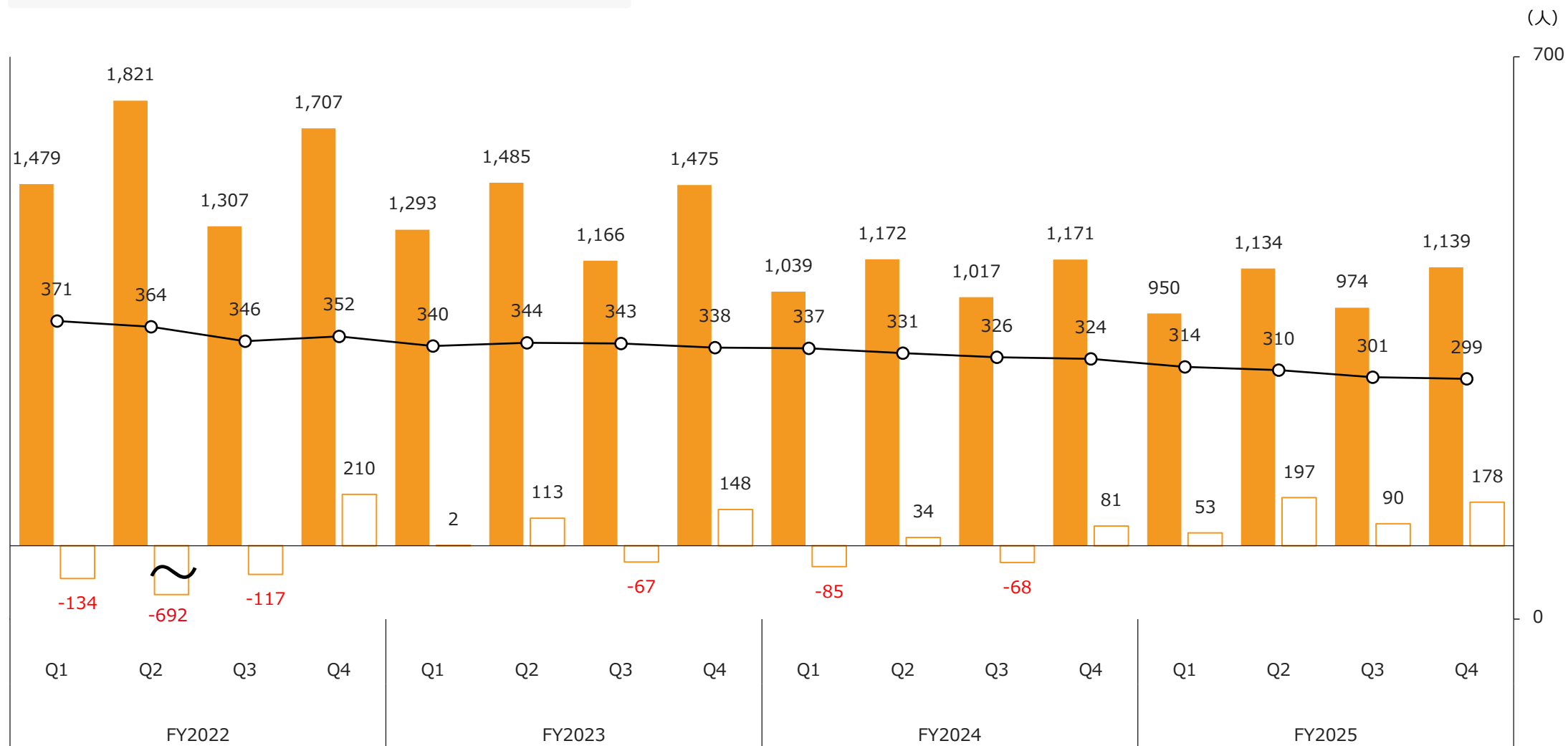
『FINAL FANTASY VII THE FIRST SOLDIER』（スクウェア・エニックス）  
国産初の本格バトルロイヤルとしてリリース  
数万人規模のリアルタイム同時接続対戦  
を可能にし、Unreal Engineを活用した、  
高品質なグラフィックをスマホで実現。

※ 『FINAL FANTASY VII THE FIRST SOLDIER（ファイナルファンタジーVIIザファーストソルジャー）』 © SQUARE ENIX は2023年1月にサービス終了しております。

## ● エンターテインメント: 四半期業績の推移

(百万円)

■ セグメント売上 □ 調整後EBITDA ○ 人員数

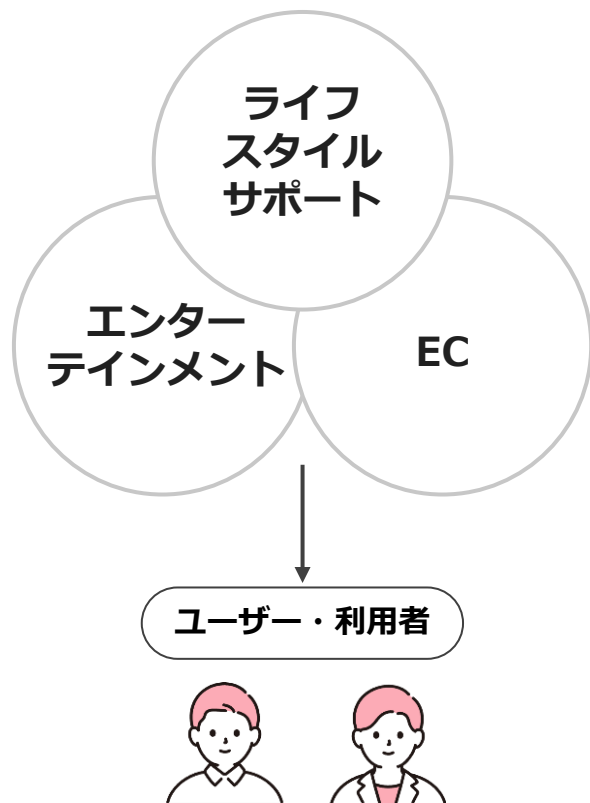


# 3.中期経営計画 (FY2025 - FY2028)



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

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



### 売上高

**340** 億円

M&A投資額100億円

### 調整後EBITDA

**40** 億円

### 営業利益

**20** 億円

### 総還元性向

平均  
**100%**

以上  
株主還元の総額 40～50億円

#### 成長性の向上

メディア事業のクライアント企業とのタッチポイント及びデジタルマーケティング力を活かした“売上向上支援カンパニー”への変革に向け、FY2028までにM&Aへ100億円以上を投下。

#### リスク・ボラティリティの低減

法人向け事業支援サービス領域の売上高構成比の上昇に加え、経営に関する議論及び意思決定を行う会議体の全面刷新により、予実および投資採算性管理を徹底し利益志向を追求。

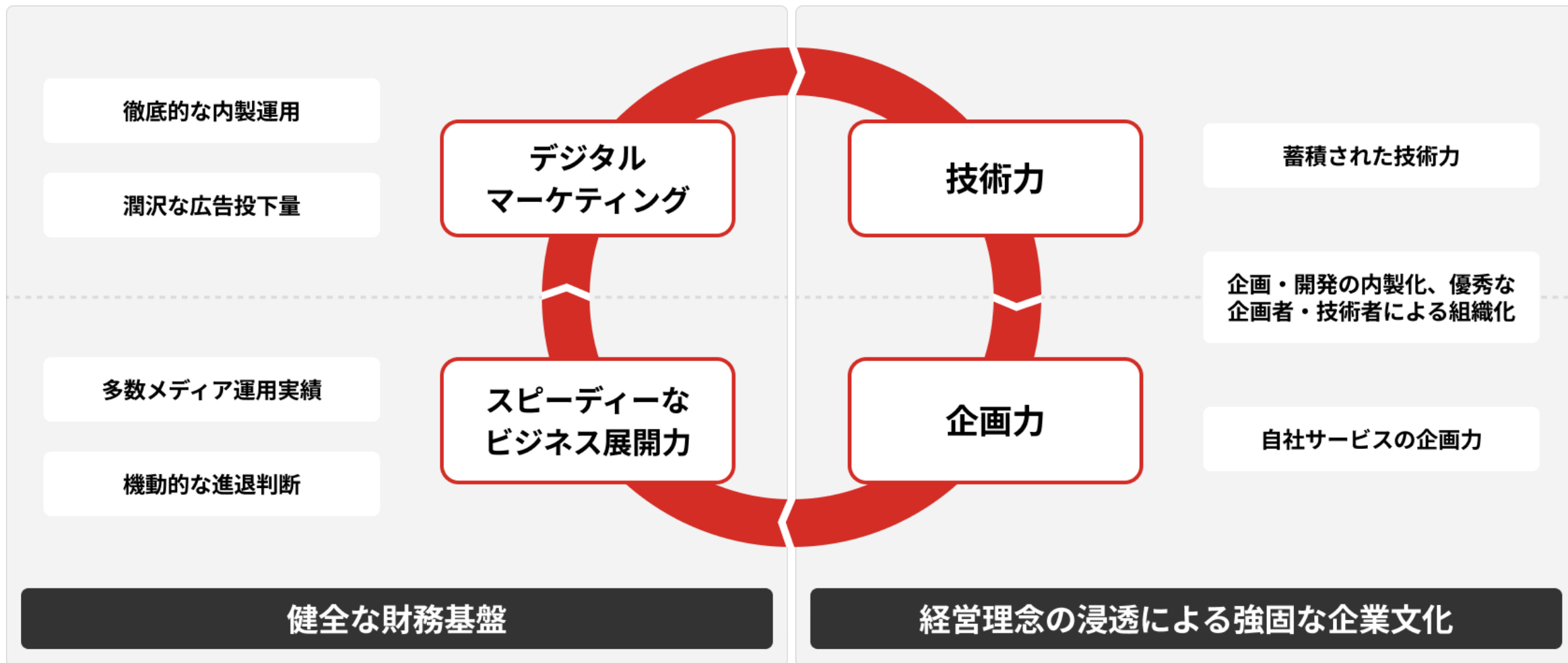
#### 株主還元の強化

総還元性向については、FY2025～FY2028において平均100%以上に引き上げる見込み。株主還元合計額は今後4年間で、40～50億円を見込む。

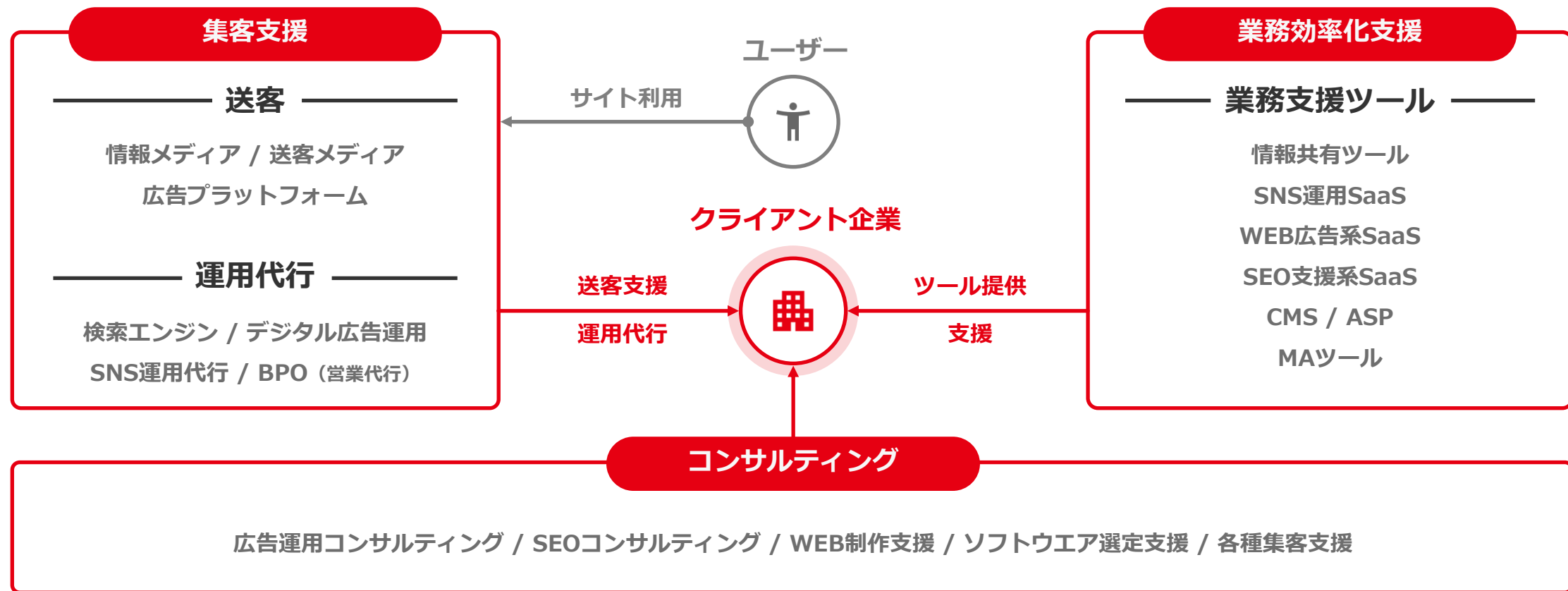
#### ガバナンスの強化

取締役会の実効性強化を高めるべく、取締役のスキルマトリクスを定義。投資・資源配分の最適化に向け、戦略投資をHDが意思決定する体制及びHD主体の予実・実績管理を徹底。

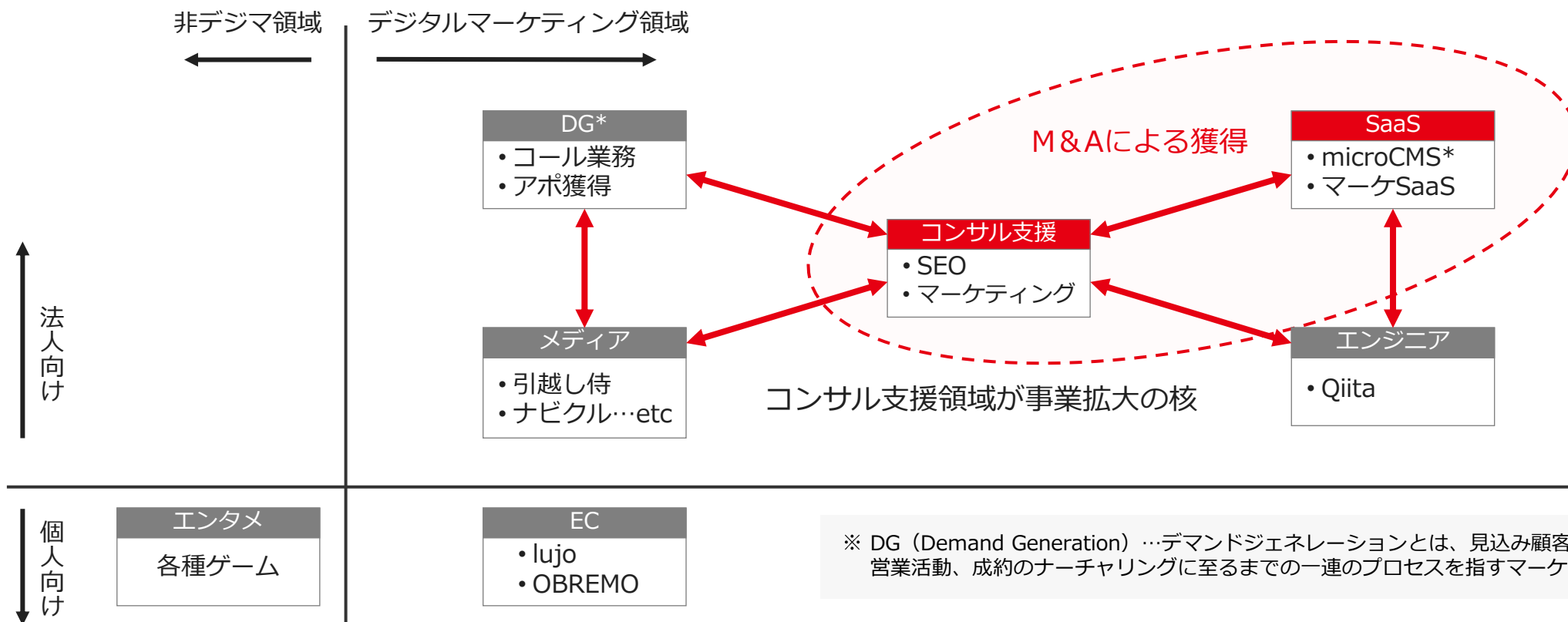
## 健全な財務基盤と強固な企業文化のもとケイパビリティを獲得



## 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展開する**売上向上支援カンパニー**を目指す



## 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



※ DG (Demand Generation) ...デマンドジェネレーションとは、見込み顧客の集客から営業活動、成約のナーチャリングに至るまでの一連のプロセスを指すマーケティング用語

※ 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。

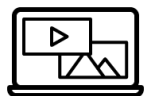
### 世の中の課題

集客方法の多様化×高度化により、  
デジタル集客に課題を持つ企業が多数

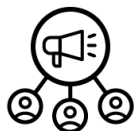
多くの企業が抱える経営課題

## 「デジタル集客」

メディアミックス



集客方法の多様化



専門的なノウハウ



高度な技術力

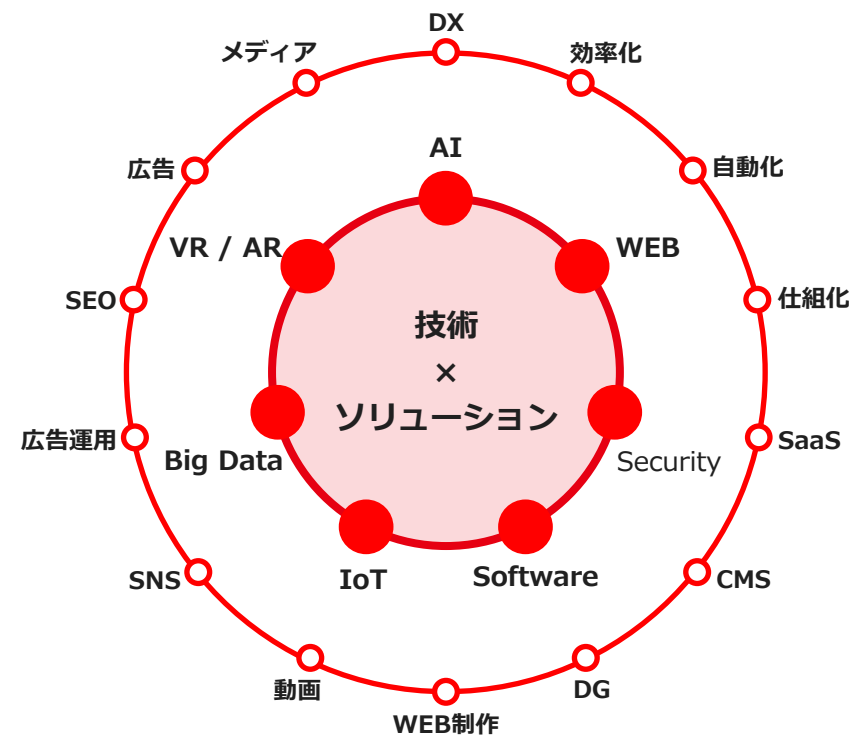


WEB集客競争激化



### 当社の価値

デジタルマーケティングノウハウを駆使し  
法人向けに集客支援サービスを提供



# M & Aの方針と実績

# FY2028までに、 M&Aに100億円以上を投下、成長投資を加速化

## 主なターゲット企業は、デジタルマーケティング領域

ターゲット業種	目的	獲得する機能	企業規模（参考）	
			社員数	営業利益/EBITDA
WEBマーケティング/ WEBマーケティング運用代理店	<ul style="list-style-type: none"><li>集客支援事業の型を取り入れ</li><li>メディア連携による支援強化</li></ul>	<div>集客支援</div> <div>コンサル</div> <div>メディア連携</div> <div>顧客基盤</div>	10-100 名	1-10 億円
デジタルマーケティング/ 営業支援SaaS	<ul style="list-style-type: none"><li>SaaSによる業務効率化支援</li><li>安定的な収益向上の実現</li></ul>	<div>業務支援</div> <div>顧客基盤</div>	10-30 名	業績+ MRR成長も重視
送客メディア	<ul style="list-style-type: none"><li>メディア連携による収益拡大</li><li>クライアントリーチの獲得</li></ul>	<div>メディア連携</div> <div>顧客基盤</div>	10-30 名	1-10 億円
SES（開発会社）	<ul style="list-style-type: none"><li>技術開発支援の強化</li><li>クライアントリーチの獲得</li><li>WEBサイトの開発・運営・保守</li></ul>	<div>開発・制作</div> <div>運用・保守</div>	10-30 名	1-10 億円



積極的なM&Aにより、接触企業数・トップ面談数が増加。  
M&Aによる成長を打ち出してから、合計4社のM&Aを実施。

	~FY2024 累計		~FY2025 累計	増加率
<b>1</b> 接触企業数 IM (※1) 取得数を含む	177		238	+ 34.5 %
<b>2</b> トップ面談数	16	▶	49	+ 206.3 %
<b>3</b> SPA <sup>※2</sup> /実行	2		4	+ 100.0 %

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

## 業務効率化支援



## 集客支援



## 集客支援



## 集客支援



社名

株式会社microCMS

株式会社Paddle

株式会社WCA

株式会社ストレイナー

実行日

2024年6月3日

2024年11月1日

2024年12月26日

2025年3月3日

取得価格

1,500百万円

368百万円（発行済株式67%取得）

150百万円

240百万円

主要事業

国内最大級ヘッドレスCMS「microCMS」

暗号資産ポイントアプリ「Bit Start」「Bit Walk」

WEBマーケティング運用代行  
WEBコンサルティング事業経済メディア「Strainer」  
財務データベース「Finboard」

目的

法人向けの業務効率化  
支援ビジネスの強化高収益のビジネスを保有  
収益基盤の強化法人向けのWEB集客支援  
領域の獲得と強化経済メディアの取り込み  
新規法人顧客数の拡大

シナジー

「Qiita」を通じた認知  
向上及び販路の拡大ポイントアプリ運用の  
ノウハウの活用既存メディア×広告運用  
代行のシナジー最大化当社のノウハウ・リソース  
提供による収益拡大

# リスク・ボラティリティ低減に向けた取組

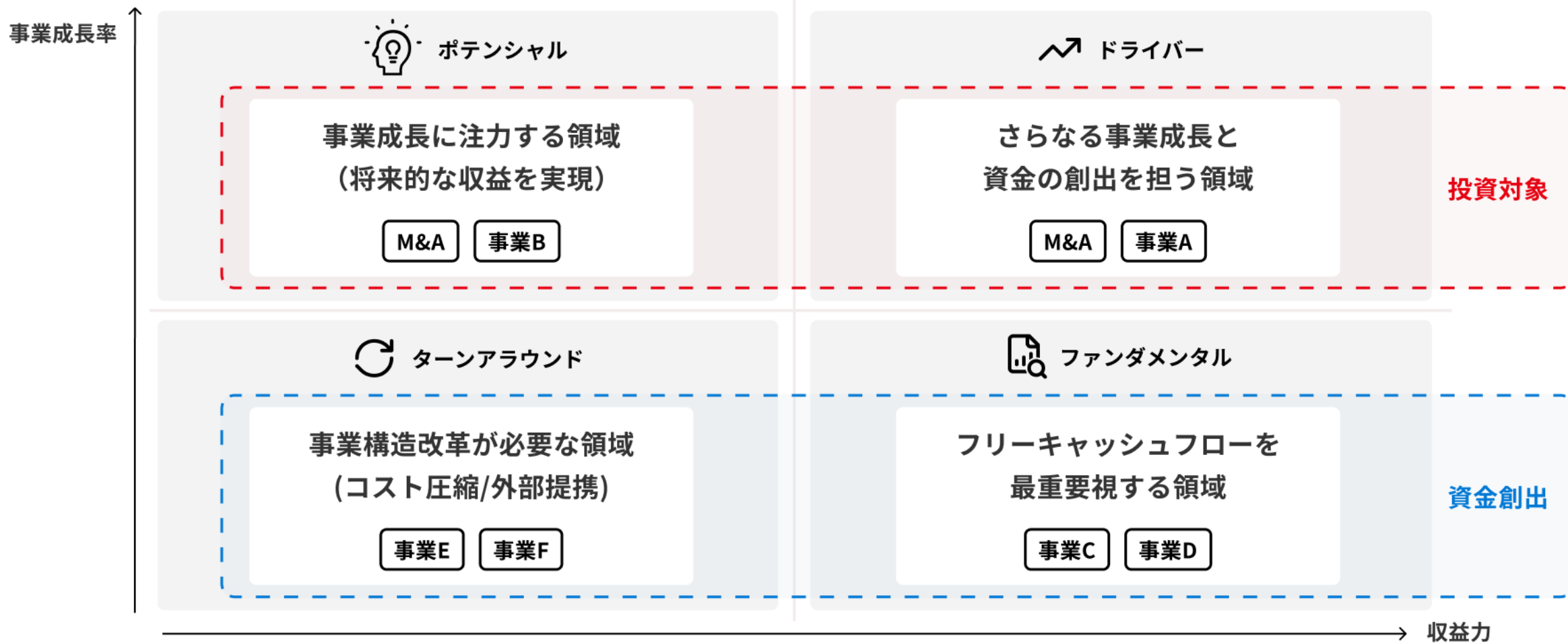
## 既存事業の役割と運営方針を整理、以下の方針で安定的な利益創出を図る

セグメント	サブセグメント	役割	運営方針
デジタル マーケティング事業	メディア・ ソリューション	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルマーケティング力で安定的な収益を得つつ、さらなる集客ノウハウ蓄積の場</li> <li>メディア・デマンドジェネレーション事業（コール業務）・SaaS等を組み合わせて集客支援サービスを提供し、成長牽引の場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>送客メディア・メディアは、ファンダメンタルとして<b>安定的な利益創出</b></li> <li>デマンドジェネレーション事業（コール業務）・Qiita・M&amp;Aで獲得した法人向け事業支援サービスは適切な投資を行い<b>売上高成長</b></li> </ul>
	D2C	<ul style="list-style-type: none"> <li>集客・リテンションノウハウ蓄積の場</li> <li>継続顧客の積み上げによる、継続的な収益の獲得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現段階では投資フェーズのため、全社利益を圧迫しない範囲で<b>安定成長を図る</b></li> </ul>
エンター テインメント事業	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>これまで培った技術力（通信・インフラ技術）を武器に協業案件を獲得</li> <li>開発費用の軽減が図れる協業案件で安定的な収益を得つつ、さらなる技術研鑽の場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>協業案件等の受託開発で開発費用を抑えながら営業利益を確保</li> <li>ボラティリティの高い特性を加味し、<b>受託開発を中心</b>として、損失拡大を回避</li> </ul>

※ 2024年9月6日に開示した「2024年7月期 通期決算説明資料」の通り、2025年7月期より開示セグメントを上記の通り変更します。

※ デマンドジェネレーション事業（Demand Generation）：見込み顧客の集客から営業活動、成約のナーチャリングに至るまでの一連のマーケティングプロセスにおける事業領域

## 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



# 株主還元

**FY2028に向け、安定的かつ継続的な利益成長を見込み、株主還元を実施  
資本効率の向上を図る目的として機動的に自己株式の取得を実施する方針**

**総還元性向**

平均 **100** %  
以上

※FY2025~FY2028の平均総還元性向

**株主還元の総額**

**40~50**  
億円

利益還元の機会の充実化を目的に、中間配当と期末配当の年2回の配当を実施。  
年間配当予想は**1株当たり22.0円から28.0円への増配**。

	FY2026 配当予想			FY2025 実績	FY2024 実績
	中間	期末	合計		
基準日	01/31	07/31	-	07/31	07/31
1株当たり配当金	14.0円	14.0円	28.0円	22.0円 普通配当22.0円	22.0円 普通配当18.0円 特別配当4.0円
配当性向	86.6 %			39.5 %	42.8 %

※ 詳細は、2025年9月2日に開示した「中期経営計画（FY2025-FY2028）における株主還元方針の一部追加及び2026年7月期配当予想（増配）に関するお知らせ」をご参照ください。

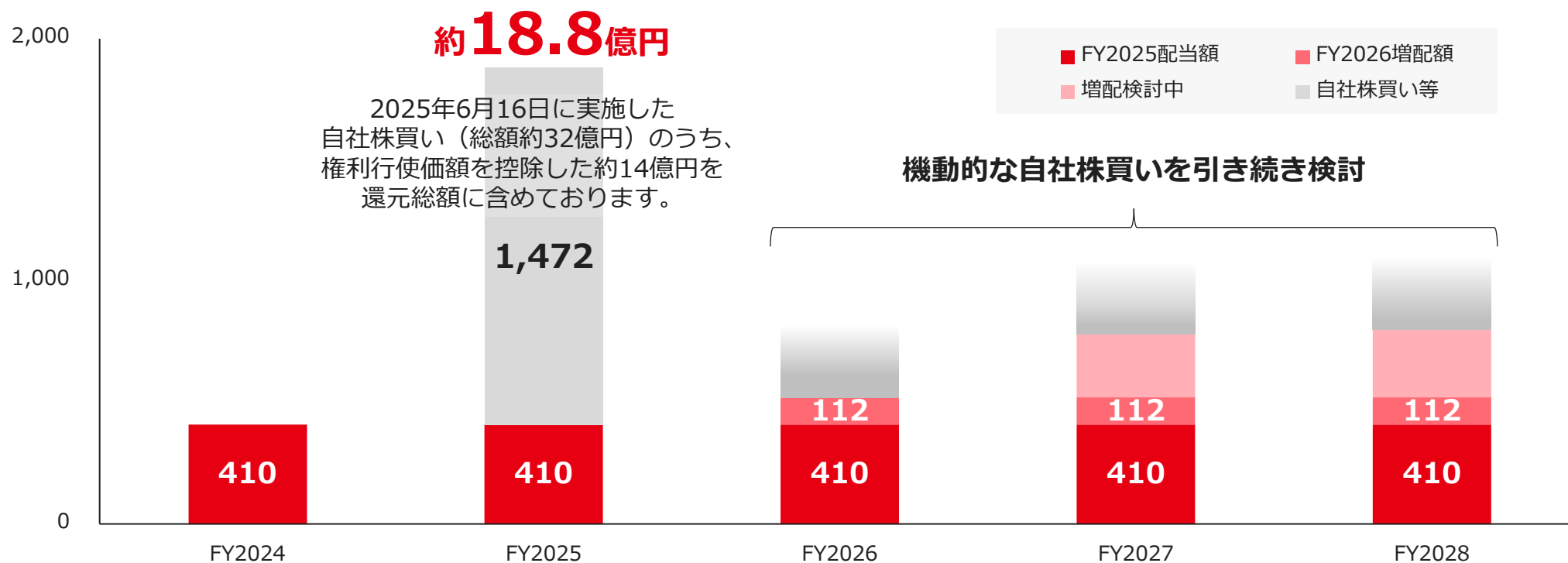
※ 上記の配当予想は、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の配当は今後起こりうる様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。



## 中期経営計画の株主還元方針である**株主還元総額40~50億円**、 **総還元性向平均100%**の達成に向け、「**累進配当**」を導入。

(百万円)

### FY2025-FY2028の還元イメージ



※ 本スライドの還元総額に株主優待による還元額は含まれておりません。

※ 詳細は、2025年9月2日に開示した「中期経営計画（FY2025-FY2028）における株主還元方針の一部追加及び2026年7月期配当予想（増配）に関するお知らせ」をご参照ください。

# 資本コストや株価を意識した経営 及びキャピタルアロケーション

## 良好な財務体質を活かし、積極的なM&Aと株主還元を両立。 非連続成長とレバレッジ活用及び株主資本圧縮による資本コスト低減へ

### 資本構成の最適化に向けた方針

#### レバレッジの活用

借入  
**100**億円以上

#### 株主還元の強化

総還元性向100%  
+  
最適資本構成に向けた  
株主資本の圧縮

中期経営計画は最低限の金額として位置づけ

D/Eレシオ：0.3x→**1.4x**

### キャピタルアロケーションに関する方針

#### 積極的なM&A

累計 **150**億 円

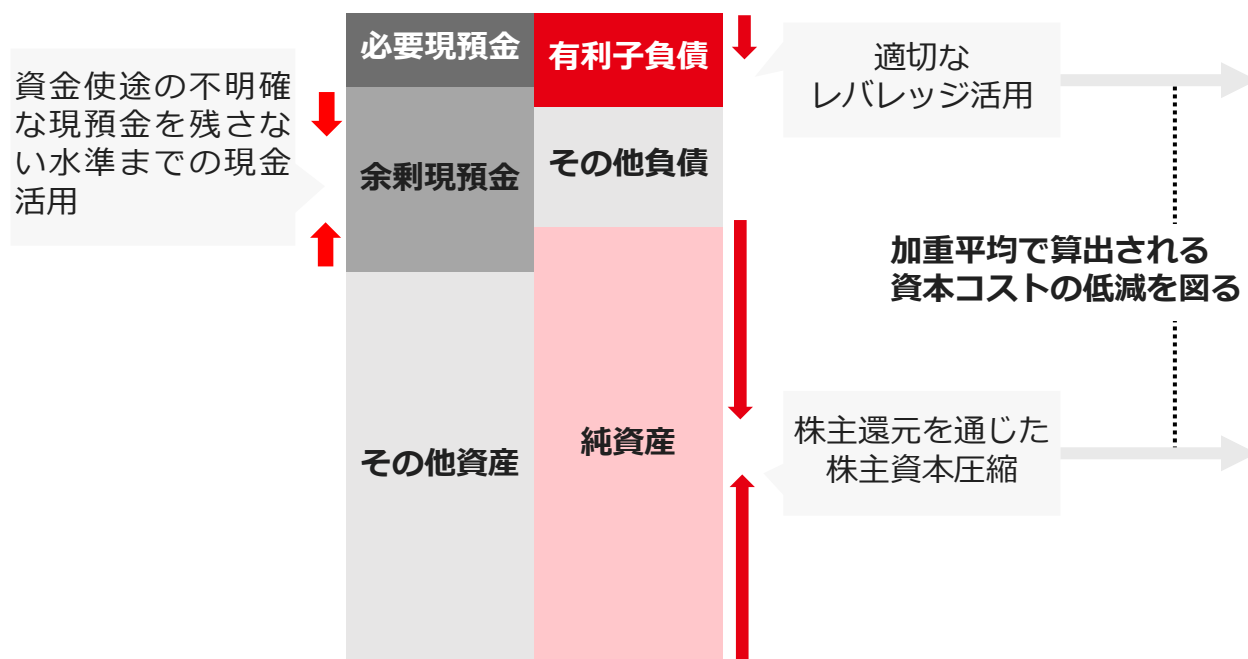
#### 株主還元の強化

累計 **70**億 円

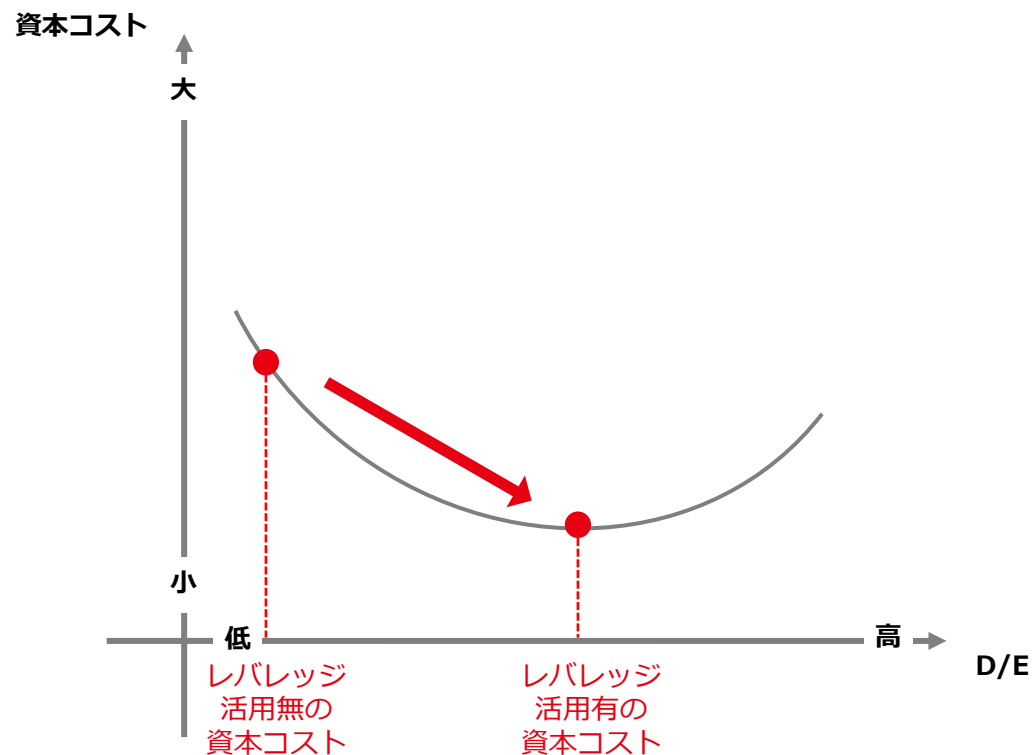
※ 2024年9月6日に開示した「エイチーム 中期経営計画(FY2025 - FY2028)」の株主還元は最低限として位置付け、成長を実現次第、資本コスト抑制に向け更なる株主還元を実施する方針

## レバレッジ活用と余剰資金の適切な還元により、資本コストを抑制へ

### 理想的なB/S管理



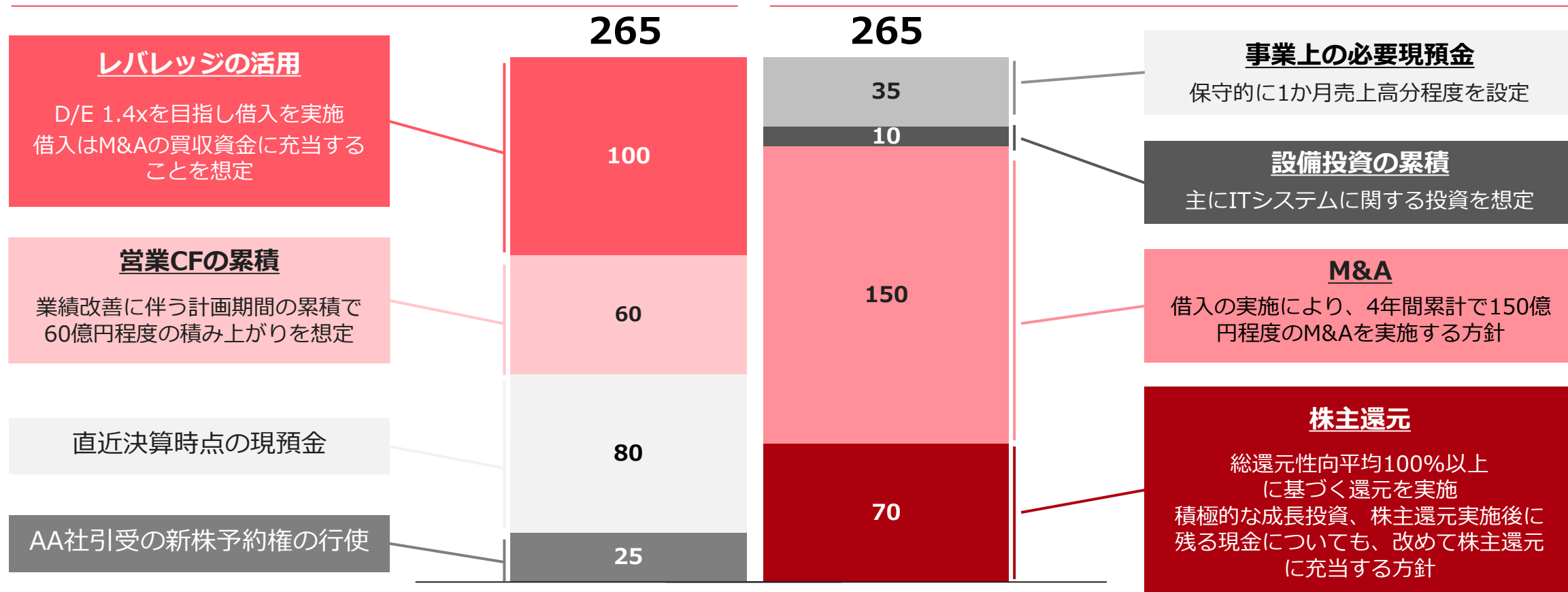
### D/Eの最適化による資本コスト削減



## 手元現金、レバレッジ活用、営業CFにより累積するキャッシュ265億円を M&A投資150億円と株主還元70億円の投下

### キャッシュイン

### キャッシュアウト



※ 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、今後起こりうる様々な要因によって計画が変更となる可能性がございます。

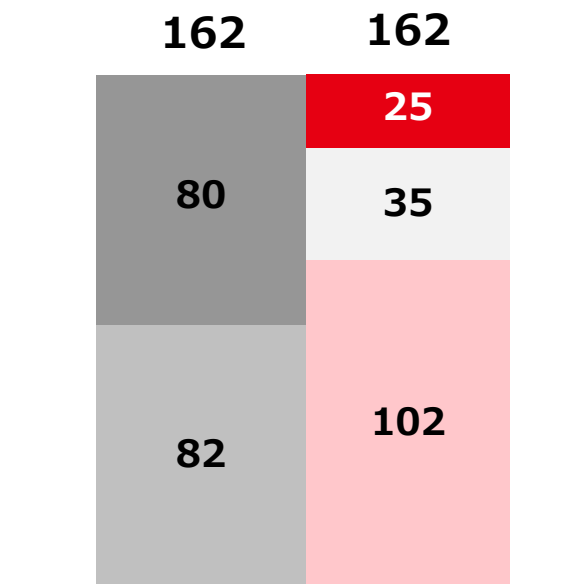
適切なレバレッジを活用しながら、積極的にM&Aを推進。

現状の良好な財務体質を活かし、積極投資と株主還元を両立させ、株主資本を圧縮

### 現状の資本構成

(億円)

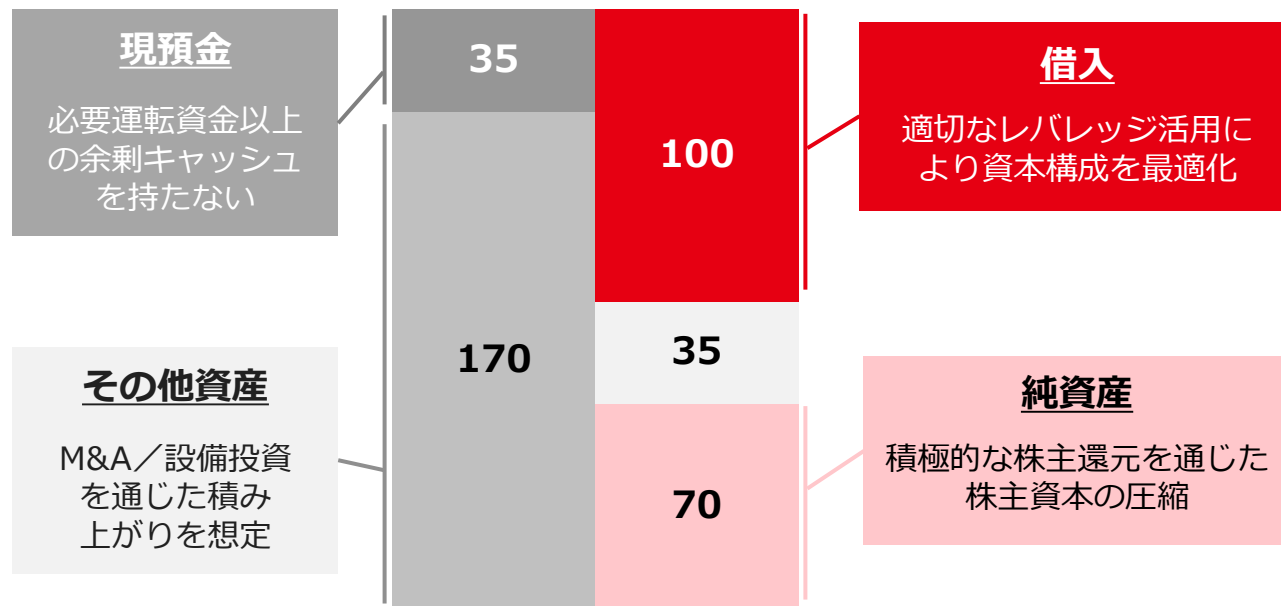
D/E: 0.3x



### 目指す資本構成

(億円)

D/E: **1.4x**



■ 現金 ■ 資産 (現金除) ■ 有利子負債 ■ その他負債 ■ 純資産

## レバレッジ活用と株主資本の圧縮で資本コスト 6.5% → 3.5%へ抑制を目指す

$$\begin{array}{ccccccc} \text{資本コスト (WACC)} & & \text{株主資本コスト} & \text{E/(E+D) ※} & \text{負債コスト} & \text{実効税率} & \text{D/(E+D) ※} \\ \mathbf{3.5\%} & = & \mathbf{6.5\%} & \times \mathbf{41.7\%} & + \mathbf{2.0\%} & \times \left[ \mathbf{1 - 30.6\%} \right] & \times \mathbf{58.3\%} \end{array}$$

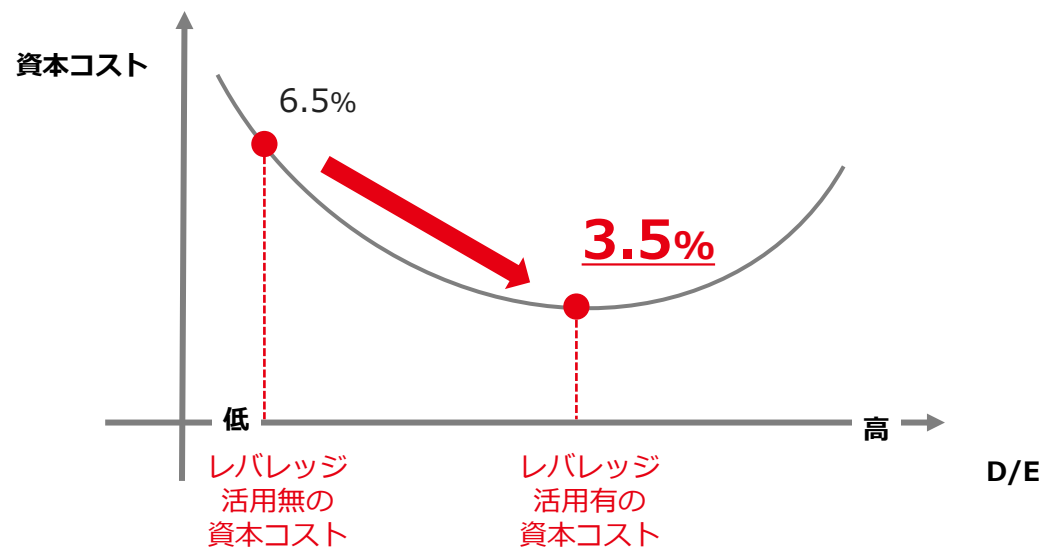
※E(Equity) : 7,144 D(Debt) : 10,000

計画上のEBITDAを前提とした借入余力を踏まえ  
100億円の借入を想定。

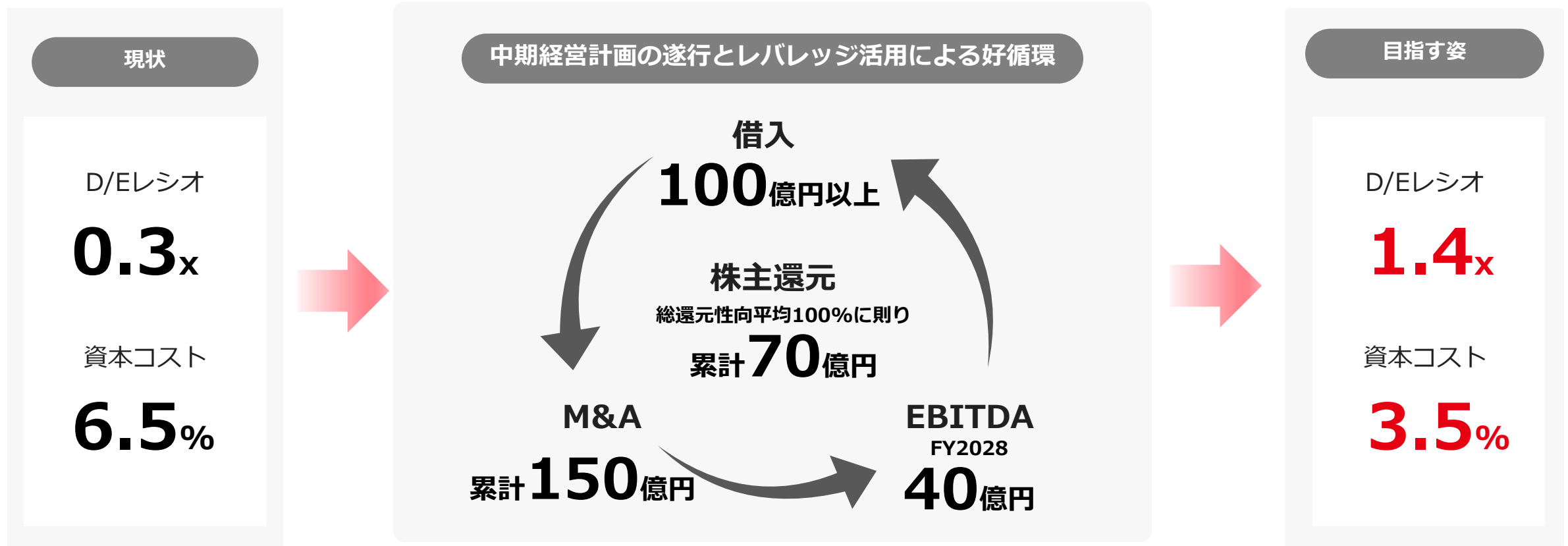
自己株式取得25億円を充てた場合、  
6.5% → 3.5%と約3%の資本コストを削減。

株主資本の圧縮を行ったとしても、  
株主資本比率は42%と健全な水準を維持。

D/Eの変更を通じた資本コストの削減



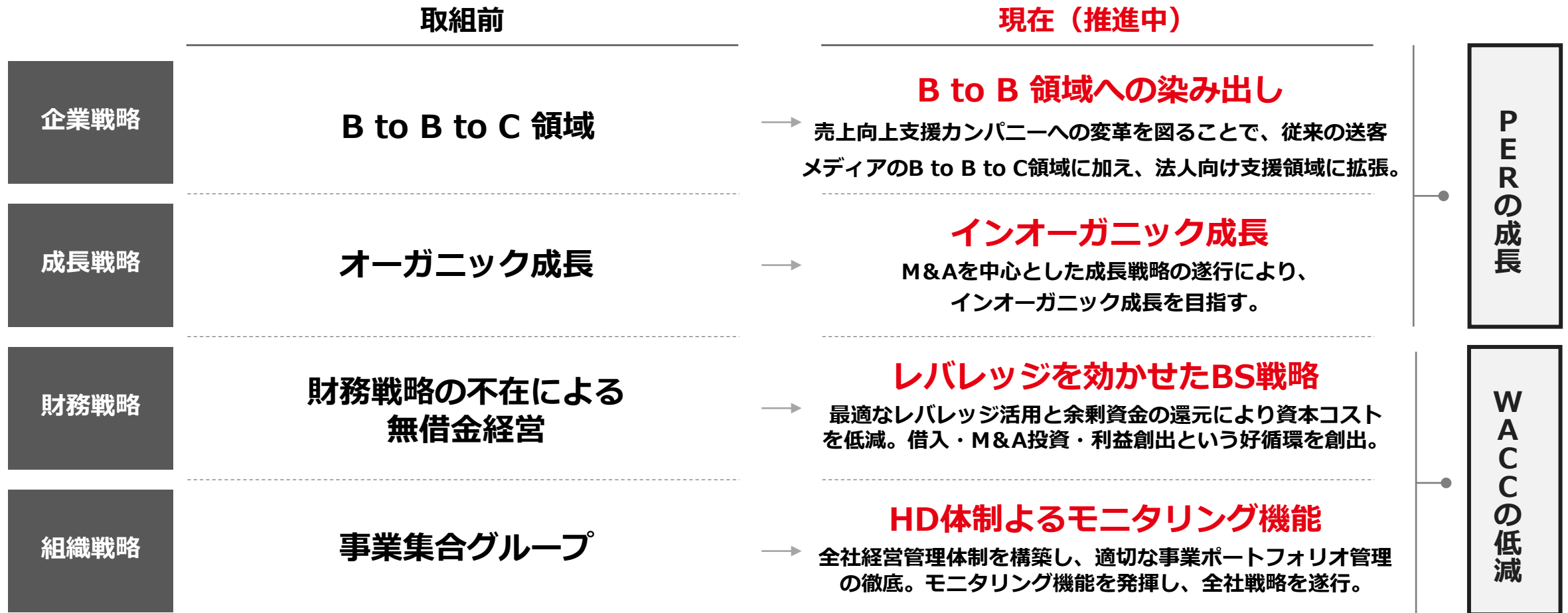
適切なレバレッジを活用しながら、M&A投資と株主還元を両立。  
レバレッジ活用と株主資本の圧縮で資本コスト 6.5% → 3.5%へ抑制を目指す



※ 詳細は、2024年12月3日に開示した「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」をご参照ください。




## 中期経営計画の達成に向けて、引き続き4つの**戦略転換**を力強く推進していく。



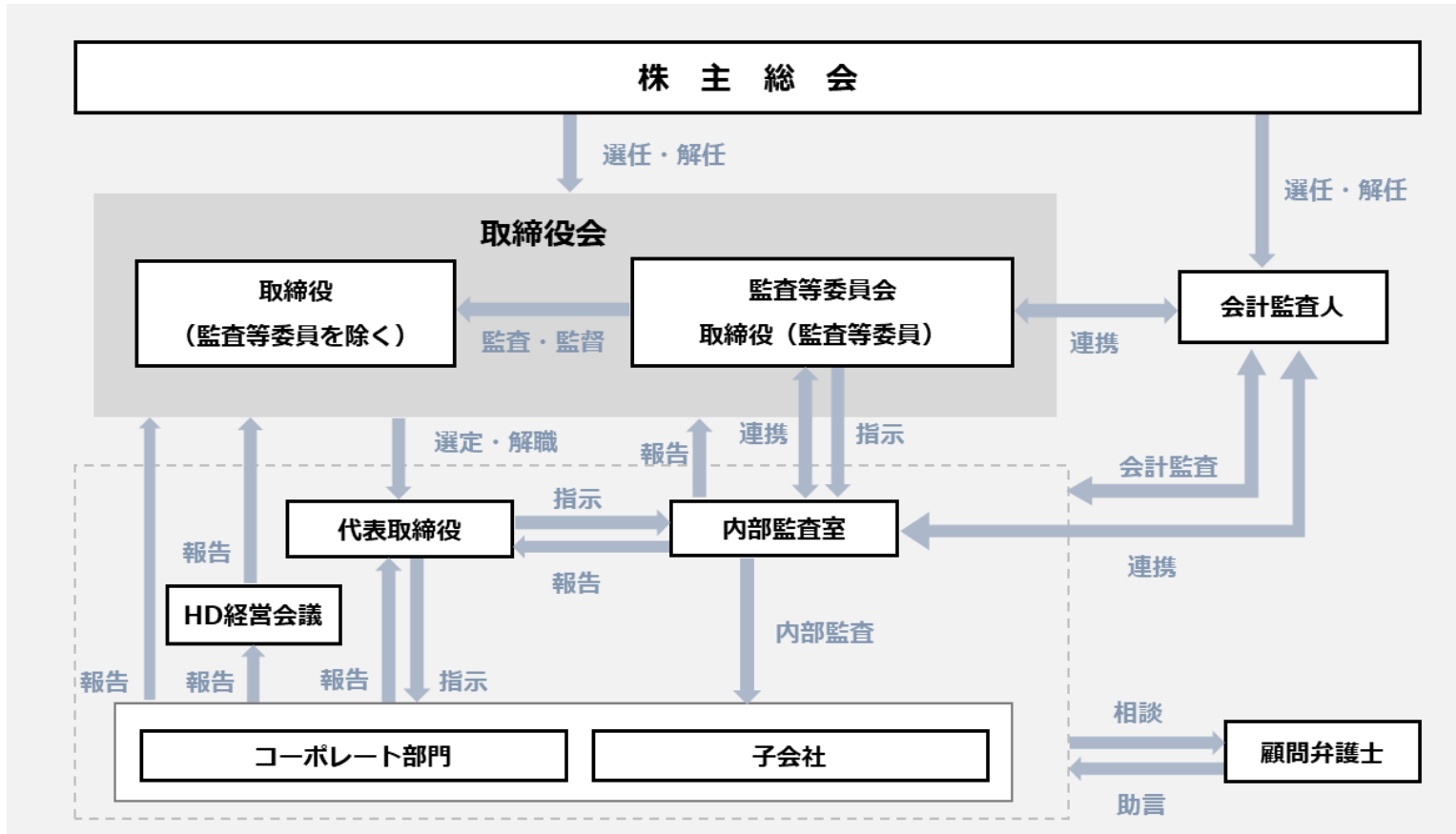
## 4.ガバナンス・経営体制

● 取締役のスキルマトリクス

						
氏名	林 高生	中内 之公	火浦 俊彦	加藤 淳也	北川 ひろみ	土井 竜二
地位	代表取締役社長	取締役	社外取締役	社外取締役 監査等委員会	社外取締役 監査等委員会	社外取締役 監査等委員会
企業経営	●	●	●			●
経営戦略	●	●	●			
テクノロジー	●					
会計・ファイナンス			●			●
M&A・PMI			●			
法務・コンプライアンス				●	●	
組織・文化	●	●				
ガバナンス			●	●	●	●

※ 上記一覧表は、各人の有する、特に専門性の高いスキルを表示しており、すべてのスキルを表すものではありません。

# 取締役会・監査等委員会、ガバナンス体制



## 当社における機関構成・組織運営等に係る事項

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役の員数	8名
取締役の任期	1年
取締役会の議長	社長
取締役の人数	6名
社外取締役の選任状況	選任している
社外取締役のうち独立役員の指定人数	4名
指名委員会・報酬委員会に相当する任意の委員会の有無	なし
取締役へのインセンティブ制度	業績連動型報酬制度

# 5.APPENDIX

● P/L (FY2022 Q1 – FY2025 Q4)

(百万円)

	FY2022				FY2023				FY2024				FY2025			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	7,334	7,647	8,559	8,249	7,134	7,339	6,771	6,307	5,974	5,940	6,266	5,736	5,677	5,862	6,429	5,948
Q/Q 増減率 (%)	-5.3	+4.3	+11.9	-3.6	-13.5	+2.9	-7.8	-6.9	-5.3	-0.6	+5.5	-8.5	-1.0	+3.3	+9.7	-7.5
デジタルマーケティング	5,855	5,825	7,252	6,541	5,841	5,854	5,604	4,831	4,934	4,767	5,249	4,565	4,727	4,727	5,454	4,808
エンターテインメント	1,479	1,821	1,307	1,707	1,293	1,485	1,166	1,475	1,039	1,172	1,017	1,171	950	1,134	974	1,139
売上原価	2,076	2,058	2,378	1,950	1,492	1,534	1,066	969	894	909	903	839	853	814	858	869
原価率 (%)	28.3	26.9	27.8	23.6	20.9	20.9	15.7	15.4	15.0	15.3	14.4	14.6	15.0	13.9	13.4	14.6
販売管理費	5,510	6,480	5,999	5,634	5,428	5,807	5,542	5,167	5,250	5,046	5,032	4,479	4,599	5,206	4,761	5,109
販売管理費率 (%)	75.1	84.7	70.1	68.3	76.1	79.1	81.8	81.9	87.9	85.0	80.3	78.1	81.0	88.8	74.1	85.9
費用総額 (売上原価+販売管理費)	7,587	8,538	8,378	7,584	6,920	7,342	6,608	6,136	6,145	5,955	5,936	5,318	5,453	6,020	5,619	5,978
人件費・採用費	1,590	1,557	1,519	1,282	1,456	1,436	1,354	1,346	1,320	1,299	1,257	1,122	1,218	1,249	1,250	1,281
広告宣伝費	3,057	3,980	3,602	3,357	3,191	3,297	3,515	3,131	3,334	3,144	3,272	2,788	2,891	2,835	3,187	2,908
広告宣伝費率 (%)	41.7	52.1	42.1	40.7	44.7	44.9	51.9	49.6	55.8	52.9	52.2	48.6	50.9	48.4	49.6	48.9
デジタルマーケティング	2,908	3,089	3,504	3,208	3,133	3,187	3,427	3,051	3,300	3,096	3,231	2,719	2,832	2,757	3,120	2,822
エンターテインメント	131	874	81	132	65	96	75	65	31	45	37	67	56	75	64	84
支払手数料等	1,264	1,100	1,088	1,266	837	976	774	804	748	755	664	700	611	653	626	696
外注・サーバー費	576	552	463	436	365	308	284	284	285	267	252	223	205	227	191	194
オフィス賃料	266	260	243	241	238	237	214	200	194	173	164	156	156	156	161	165
その他費用	832	1,087	1,461	999	831	1,085	464	369	261	314	324	327	369	898	202	732
EBITDA	-163	-782	290	778	271	423	194	226	-133	24	365	454	308	-47	924	89
調整後EBITDA	-163	-782	290	778	271	423	194	226	-133	24	365	483	310	400	701	306
営業利益	-252	-891	180	664	213	-2	162	170	-170	-15	330	418	224	-158	809	-30
Q/Q 増減率 (%)	-309.4	+252.8	-120.3	+268.3	-67.9	-101.3	-	+4.7	-199.9	-90.8	-	+26.6	-45.5	-	-	-
デジタルマーケティング	157	99	570	705	449	205	455	218	110	107	550	479	374	-73	923	110
エンターテインメント	-160	-736	-162	165	-4	105	-74	140	-86	34	-68	81	53	197	89	178
共通部門	-249	-253	-228	-206	-231	-313	-217	-189	-194	-157	-152	-142	-202	-282	-204	-319
営業利益率 (%)	-	-	2.1	8.1	3.0	-	2.4	2.7	-	-	5.3	7.3	4.0	-	12.6	-
経常利益	-242	-893	201	715	223	-4	202	289	-137	3	346	396	229	520	468	368
親会社株主に帰属する四半期純利益	-145	-584	-104	-502	120	-271	153	141	-142	-51	771	376	129	422	459	24
人員数	1,129	1,171	1,092	1,069	1,019	991	931	910	894	883	858	858	826	864	849	830
デジタルマーケティング	648	691	646	616	583	556	498	482	458	457	438	439	418	455	447	432
エンターテインメント	371	364	346	352	340	344	343	338	337	331	326	324	314	310	301	299
共通部門	110	116	100	101	96	91	90	90	99	95	94	95	94	99	101	99

※ FY2025のセグメント区分変更後のPLで記載しております。

● P/L (FY2017 - FY2025 通期)

(百万円)

	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
売上高	37,674	37,151	31,739	31,252	31,790	27,552	23,917	23,917
Y/Y 増減率 (%)	+8.9	-1.4	-14.6	-1.5	+1.7	-13.3	-13.2	-0.0
デジタルマーケティング	21,506	24,573	23,289	23,980	25,474	22,131	19,516	19,718
エンターテインメント	16,168	12,577	8,450	7,272	6,316	5,421	4,400	4,199
売上原価	6,960	7,518	7,654	8,193	8,463	5,062	3,546	3,395
原価率 (%)	18.5	20.2	24.1	26.2	26.6	18.4	14.8	14.2
販売管理費	26,012	26,820	22,811	22,357	23,625	21,945	19,808	19,676
販売管理費率 (%)	69.0	72.2	71.9	71.5	74.3	79.7	82.8	82.3
費用総額 (売上原価+販売管理費)	32,973	34,339	30,465	30,550	32,089	27,008	23,355	23,071
人件費・採用費	4,754	6,032	6,274	6,273	5,949	5,594	5,000	4,999
広告宣伝費	14,805	15,048	12,444	12,380	13,998	13,136	12,539	11,822
広告宣伝費率 (%)	39.3	40.5	39.2	39.6	44.0	47.7	52.4	49.4
デジタルマーケティング	10,715	12,452	11,648	11,813	12,711	12,778	12,347	11,533
エンターテインメント	3,785	2,355	706	494	1,219	302	181	281
支払手数料等	6,117	5,387	4,662	5,180	4,719	3,392	2,869	2,587
外注・サーバー費	2,277	2,574	2,115	2,058	2,029	1,243	1,029	818
オフィス賃料	1,080	1,179	1,142	1,129	1,011	891	688	640
その他 (費用総額-上記費用)	3,937	4,116	3,825	3,528	4,380	2,750	1,227	2,203
EBITDA	5,199	3,562	1,847	1,149	122	1,115	711	1,273
調整後EBITDA	5,206	3,562	1,847	1,170	122	1,115	740	1,719
営業利益	4,701	2,811	1,273	701	-298	543	562	845
Y/Y 増減率 (%)	+15.3	-40.2	-54.7	-44.9	—	—	+3.4	+50.3
デジタルマーケティング	2,864	2,927	1,853	1,535	1,533	1,329	1,248	1,334
エンターテインメント	3,587	1,532	776	369	-894	166	-38	518
共通部門	-1,751	-1,648	-1,356	-1,203	-937	-951	-647	-1,008
営業利益率 (%)	12.5	7.6	4.0	2.2	—	2.0	2.4	3.5
経常利益	4,730	2,809	1,249	895	-219	711	609	1,585
税引前当期純利益	4,732	2,354	0	1,511	-734	432	1,152	1,875
親会社株主に帰属する当期純利益	3,306	1,473	-519	877	-1,337	143	953	1,036
人員数	944	1,118	1,177	1,162	1,082	910	861	830
デジタルマーケティング	544	635	703	682	629	485	442	430
エンターテインメント	312	381	382	373	351	337	324	300
共通部門	88	102	92	107	102	88	95	100

※ FY2025のセグメント区分変更後のPLで記載しております。

(百万円)

	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
資産の部									
流動資産 ※	9,613	11,488	11,543	11,130	10,383	10,471	10,264	11,562	11,160
現預金	5,004	5,984	6,713	6,480	6,035	5,223	5,992	8,050	6,301
固定資産 ※	3,527	5,214	5,729	4,932	5,368	4,290	3,591	4,827	4,048
有形固定資産	1,666	1,684	1,711	1,384	1,195	844	389	365	346
無形固定資産	507	2,070	1,522	477	792	391	216	1,735	1,591
投資その他の資産	※ 1,353	1,459	2,495	3,070	3,380	3,055	2,985	2,726	2,111
資産合計	13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855	16,389	15,209
負債の部									
流動負債	5,202	4,464	4,031	3,847	3,640	4,205	3,621	3,045	4,797
固定負債	481	583	730	493	527	674	529	3,070	1,242
負債合計	5,683	5,047	4,761	4,340	4,168	4,880	4,151	6,115	6,039
有利子負債	632	186	—	—	—	—	—	35	34
純資産の部									
株主資本	7,361	11,566	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969	9,642	8,807
自己株式	-1,177	-481	-438	-397	-1,394	-1,896	-1,862	-1,846	-368
新株予約権	96	85	85	82	82	—	—	22	35
純資産合計	7,456	11,655	12,511	11,722	11,582	9,882	9,704	10,274	9,169
負債・純資産合計	13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855	16,389	15,209

※ 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 - FY2025）

	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025
発行済株式総数（株）	19,738,200	19,756,200	19,783,200	19,789,200	19,789,200	19,789,200	19,789,200	1,881,135
自己株式数（株）	35,562	35,562	35,588	663,388	1,127,988	1,128,021	1,128,082	150,017
期中平均株式数（株）	19,401,921	19,510,259	19,551,565	19,477,509	18,651,778	18,551,109	18,561,198	18,588,918
EPS（1株当たり当期純利益、円）	170.40	75.52	-26.59	45.07	-71.68	7.73	51.36	55.75
EPS増減率（%）	24.9	-55.7	—	—	—	—	564.8	8.5
ROA（総資産経常利益率、%）	31.7	16.5	7.5	5.6	-1.4	5.0	4.0	10.0
1株当たり純資産（円）	593.76	636.32	594.54	605.98	533.23	523.06	552.28	485.88
1株当たり配当金額（円）	32.50	16.00	16.00	16.00	16.00	16.00	22.00	22.00
中間配当額（円）	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
配当総額（百万円）	640	315	315	306	298	296	410	410
配当性向（%）	19.1	21.2	—	35.5	—	207.0	42.8	39.5
株主資本比率（%）	69.2	72.1	72.6	71.3	61.6	64.7	58.8	57.9
自己資本比率（%）	69.3	71.9	72.5	73.0	66.9	70.0	62.5	59.3
ROE（自己資本当期純利益率、%）	34.9	12.3	-4.3	7.6	-12.5	1.5	9.6	10.8
ROIC（=①÷②、%）	27.9	14.1	7.6	4.3	-2.2	4.2	3.2	6.1
①税引き後営業利益（百万円）	3,284	1,759	884	486	-207	377	390	586
②投下資本（=③+④、百万円）	11,752	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969	12,178	9,592
③株主資本（百万円）	11,566	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969	9,642	8,807
④有利子負債（百万円）※	186	—	—	—	—	—	2,535	784

※ 「転換社債型新株予約権付社債」を含めております。

## 連続的なM&Aによる成長戦略の実行、及び暗号資産関連事業を運営する Paddle社の連結開始に伴い、業績評価指標を「調整後EBITDA」へ変更。

### 理由 ①

#### M&Aの実行に伴う 一過性費用の調整が発生

連続的なM&Aを推進中。M&Aの実行に伴う一過性費用が継続的に発生する見込み。

### 理由 ②

#### 暗号資産関連事業である Paddle社の連結開始

暗号資産の市場価格変動によりP/Lが大きな影響を受けるPaddle社が連結対象に。

「EBITDA」及び「営業利益」が事業の収益性を表す指標として不適切に。  
事業の収益性を適切に表す指標として、調整後EBITDAを導入。

## Paddle社のビジネスモデルの特性上、事業の実力が財務諸表に適切に表れない。

Paddle社では、サービスの利用状況に応じて暗号資産を購入し、資産化。  
将来の交換予定のポイント相当分を**費用（引当金繰入額）**として計上。

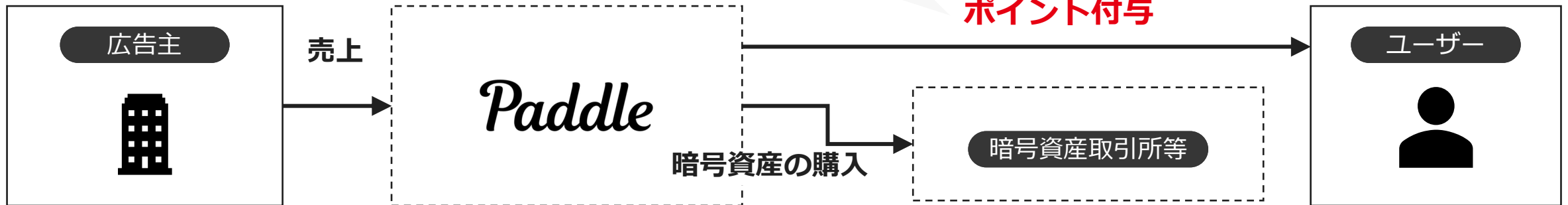
費用 ①

販売促進引当金繰入額

+

費用 ②

販売促進費



## 「会計上の利益」には表れない「本業の収益性」を 把握するため、**調整後EBITDA**を導入。

### 営業利益

-----  
+）のれん償却費

+）減価償却費

（のれんを除く無形固定資産に係る償却費を含む。）

### EBITDA

-----  
+）M&A関連費用<sup>※1</sup>

+）販売促進引当金繰入額（暗号資産関連）

+）販売促進費（暗号資産関連）

－）対象期間におけるポイント付与分の費用<sup>※2</sup>

### **調整後EBITDA**

連続的なM & Aによる成長戦略の実行、及び暗号資産関連事業を運営するPaddle社の連結開始に伴い、業績評価指標を変更。本業の収益性を適切に表す業績評価指標として、調整後EBITDAでモニタリングする方針。

#### 調整後EBITDA 調整項目

- ① M&Aに関わる一過性の費用を控除
- ② Paddle社の暗号資産に関わる会計上の費用を控除
- ③ ②で控除した会計上の費用を事業実態に合わせた費用へ置き換え

※ 1：M&A関連費用…M&A執行手数料（FA費用を含む仲介手数料・各種DD費用等）、及びM&Aに係る資金調達費用（融資関連手数料、公募増資費用等）

※ 2：対象期間における付与分の費用…暗号資産の月末終値×対象期間における付与ポイント数×ポイント失効率

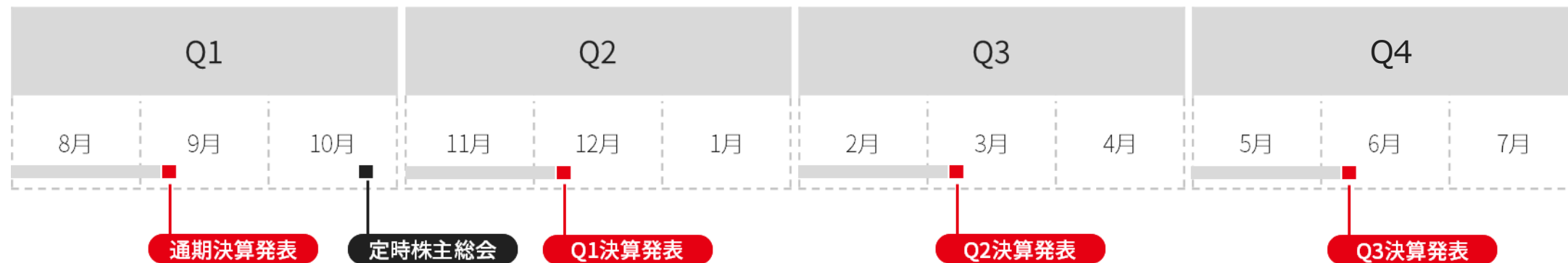
## 暗号資産の市場価格変動が各業績評価指標に与える影響



※ 暗号資産評価損益：Paddle社のビジネスモデルの特性上、将来に向けてユーザーに付与したポイントを暗号資産に交換することを目的に多額の暗号資産を保有する必要があり、この保有する暗号資産に対して市場の価格変動による影響が発生するため、多額の費用及び評価損益が発生します。

※ 営業内費用：販売促進引当金繰入額が営業内費用に計上されます。全ユーザーが保有するポイントを対象として、将来暗号資産に交換されると見積られる分を販売促進引当金として計上。

## 年間スケジュール



## お問い合わせ先

株式会社エイチームホールディングス 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。