



エイチーム | 3662

COVERAGE INITIATED ON: 2016.11.15

LAST UPDATE: 2019.01.08

当レポートは、掲載企業のご依頼により株式会社シェアードリサーチが作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。ブルームバーグ端末経由でも受け付けております。



目次

SRLレポートの読み方：本レポートは、直近更新内容・業績動向セクションから始まります。ビジネスモデルに馴染みのない方は、事業内容セクションからご覧ください。

要約 -----	3
主要経営指標の推移 -----	4
直近更新内容 -----	5
概略 -----	5
業績動向 -----	6
四半期実績推移 -----	6
事業内容 -----	18
事業セグメント -----	22
グループ会社一覧 -----	34
収益性分析 -----	35
財務指標 -----	36
市場とバリューチェーン -----	37
SW (Strengths, Weaknesses) 分析 -----	40
過去の業績と財務諸表 -----	42
過去の業績 -----	42
損益計算書 -----	62
貸借対照表 -----	63
キャッシュフロー計算書 -----	64
その他の情報 -----	65
沿革 -----	65
ニュース&トピックス -----	65
大株主 (2018 年 7 月 31 日現在) -----	70
配当方針 -----	70
コーポレート・ガバナンスおよびトップマネジメント -----	70
従業員の状況 -----	71
ところで -----	71
企業概要 -----	72

要約

事業概要

- 同社は、日常生活に密着した比較サイトや情報サイトの企画・開発および運営を行う「ライフスタイルサポート事業」（2018年7月期売上高構成比50%、同営業利益構成比48%）、スマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）向けゲーム・ツールアプリの企画・開発および運営を行う「エンターテインメント事業」（同43%、同56%）、完全組立自転車为消费者へ届ける自転車専門通販サイトの企画・開発および運営を行う「EC事業」（同7%と営業損失212百万円）を展開している。特徴の異なる3つの事業を手掛けることで、経営の安定性と高い成長性のバランスを実現している[2018年7月期までの過去5年間の営業利益年平均成長率(CAGR)22.3%]。「ライフスタイルサポート事業」と「エンターテインメント事業」では、原則として同社の技術者がサイトやコンテンツを開発し、企画から運営に至るノウハウを自社内に蓄積している。検索エンジン経由でWebの来訪者を増やすSEM（Search Engine Marketing）、顧客企業との地道な関係性構築、コールセンターなどによるユーザーサポートなども特徴。これらが同社の競争優位の源泉となっている。
- 「ライフスタイルサポート事業」では、日本国内を中心に、引越し、自動車、ブライダル、金融などの分野で、日常生活に密着したサービスを提供している。主な収入は、同社運営の比較・情報サイトで集客した利用者を顧客企業（引越し業者、結婚式場、中古車買取事業者など）に紹介することで得る見込客送客手数料である。
- 一方、「エンターテインメント事業」では、スマートデバイス向けゲーム、ツールアプリに的を絞り、全世界マーケットでのサービス提供を視野に入れた企画・開発を進めている。ロールプレイングゲームの「ユニゾンリーグ」、「ヴァルキリーコネクト」、シミュレーションゲームの「ダービーインパクト」など、国内で100位以内、海外でも遊ばれている人気タイトルを複数保有している。主な収入は提供ゲームなどにおけるユーザーのゲーム内アイテム課金料である。
- 同社の林社長は、小学生時代からソフト開発に熱中し、ソフト開発技術を蓄積してきた。一方で、徹底したマーケットインの発想を貫き、少数のヒットタイトルに依存しがちなゲーム業界において、同社では複数のタイトルが収益成長に寄与している。また、世界向けのタイトルでは、開発チームに外国人を加えるとともに、海外で人気のあるゲームの要素を織り込みヒットにつなげている。ライフスタイルサポート事業では、利用者アンケートを顧客企業にフィードバックするなどの取組で、顧客企業と密接な関係を構築している。

業績動向

- 2018年7月期連結業績は、売上高は37,674百万円（前年同期比8.9%増）、営業利益は4,701百万円（同15.3%増）、経常利益は4,730百万円（同14.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は3,306百万円（同28.2%増）となった。
- 2019年7月期通期業績同社予想は、売上高は40,000百万円（前期比6.2%増）、営業利益は4,000百万円（同14.9%減）、経常利益4,000百万円（同15.4%減）、親会社株主に帰属する当期純利益2,600百万円（同21.4%減）としている。前期比14.9%営業減益予想は、中長期の成長に向けて、事業投資や人的投資などの先行投資を集中して行うことが背景。
- 同社は、継続的成長を重視しており、中期的に1,000億円以上の売上を目指している。ライフスタイルサポート事業は、既存サービスと同時に新規開拓も進め、2020年7月期に300億円規模を目指す。エンターテインメント事業では、月商10億円規模のアプリを複数生み出し、合計で年商数百億円規模を狙う。EC事業は、中長期的に国内自転車販売台数の3%を目指すとしている。

同社の強みと弱み

SR社では、同社の強みを、ビジネスサイクルが異なる3つの事業を有することで収益の安定化が図られていること、マーケットニーズを強く意識したゲーム開発、多角化の源泉となる人材教育システム、だと考えている。一方、弱みは、現時点における事業セグメント間のシナジー効果の少なさ、金融メディア事業等参入障壁が低い事業領域が存在すること、知名度の低さと地方立地であるが故の人材確保の難しさ、と考えている。（「SW（Strengths, Weaknesses）分析」参照）

主要経営指標の推移

損益計算書 (百万円)	FY07/08 単体	FY07/09 単体	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結	FY07/19 会社予想
売上高	2,645	3,076	3,518	4,064	6,380	10,990	12,036	15,829	22,968	34,603	37,674	40,000
前年比	95.0%	16.3%	14.4%	15.5%	57.0%	72.3%	9.5%	31.5%	45.1%	50.7%	8.9%	6.2%
売上総利益	1,844	1,926	2,230	3,158	5,452	9,597	9,904	13,439	19,353	28,933	30,714	
前年比	141.6%	4.5%	15.7%	41.6%	72.6%	76.0%	3.2%	35.7%	44.0%	49.5%	6.2%	
売上総利益率	69.7%	62.6%	63.4%	77.7%	85.5%	87.3%	82.3%	84.9%	84.3%	83.6%	81.5%	
営業利益	608	252	246	449	1,071	1,717	1,452	2,088	2,213	4,078	4,701	4,000
前年比	183.9%	-58.6%	-2.3%	82.7%	138.5%	60.4%	-15.4%	43.8%	6.0%	84.3%	15.3%	-14.9%
営業利益率	23.0%	8.2%	7.0%	11.0%	16.8%	15.6%	12.1%	13.2%	9.6%	11.8%	12.5%	10.0%
経常利益	603	246	240	446	1,048	1,719	1,470	2,164	2,095	4,118	4,730	4,000
前年比	186.1%	-59.2%	-2.7%	86.2%	134.9%	64.0%	-14.5%	47.2%	-3.2%	96.6%	14.9%	-15.4%
経常利益率	22.8%	8.0%	6.8%	11.0%	16.4%	15.6%	12.2%	13.7%	9.1%	11.9%	12.6%	10.0%
当期純利益	333	145	59	258	591	1,042	808	1,362	1,292	2,580	3,306	2,600
前年比	173.5%	-56.5%	-59.0%	334.3%	128.8%	76.4%	-22.5%	68.6%	-5.1%	99.6%	28.2%	-21.4%
純利益率	12.6%	4.7%	1.7%	6.4%	9.3%	9.5%	6.7%	8.6%	5.6%	7.5%	8.8%	6.5%
一株当たりデータ (円、株式分割調整後)												
期末発行済株式数(千株)	26.0	26.4	26.8	26.8	9,196.5	9,597.5	9,674.6	19,405.6	19,450.0	19,469.8	19,738.2	
EPS	21.73	9.30	3.76	0.03	17.50	27.52	20.98	70.54	68.58	136.45	170.40	131.70
DPS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	10.61	10.00	12.50	12.50	27.00	32.50	32.50
BPS	34.81	44.71	48.62	0.11	54.36	91.18	106.76	207.19	263.36	389.03	593.76	
貸借対照表 (百万円)												
現金・預金・有価証券	-	-	429	553	1,339	1,944	2,217	3,098	3,505	5,004	5,984	
流動資産合計	-	-	1,162	1,341	2,710	3,761	4,034	6,335	6,919	9,810	11,731	
有形固定資産	-	-	44	40	46	103	120	125	1,322	1,666	1,684	
投資その他の資産計	-	-	235	261	277	368	995	737	724	1,157	1,217	
無形固定資産	-	-	196	160	120	410	355	460	622	508	2,070	
資産合計	1,323	1,739	1,637	1,802	3,153	4,642	5,505	7,657	9,587	13,141	16,703	
短期有利子負債	-	-	224	165	100	0	0	1,700	1,166	632	100	
流動負債合計	-	-	636	658	1,154	1,136	1,306	3,648	4,127	5,203	4,465	
長期有利子負債	-	-	220	106	0	0	0	0	0	0	0	
固定負債合計	-	-	220	106	0	0	0	0	388	481	485	
負債合計	-	-	856	763	1,154	1,136	1,306	3,648	4,515	5,684	5,048	
純資産合計	542	707	780	1,039	1,999	3,506	4,199	4,009	5,072	7,457	11,655	
有利子負債 (短期及び長期)	-	-	444	270	100	0	0	1,700	1,166	2,487	2,418	
キャッシュフロー計算書 (百万円)												
営業活動によるキャッシュフロー	-	-	467	375	816	1,109	1,209	1,677	1,731	3,463	2,790	
投資活動によるキャッシュフロー	-	-	-77	-77	-223	-560	-899	-1,121	-535	-1,213	-2,257	
財務活動によるキャッシュフロー	-	-	-330	-173	194	357	176	111	766	768	-444	
財務指標												
総資産経常利益率 (ROA)	60.8%	16.1%	14.2%	25.9%	42.3%	44.1%	29.0%	32.9%	24.3%	36.2%	31.7%	
自己資本純利益率 (ROE)	91.1%	23.2%	8.0%	28.4%	38.9%	37.9%	21.2%	33.9%	29.1%	41.8%	41.8%	
自己資本比率	41.0%	40.7%	47.7%	57.6%	63.4%	75.4%	75.1%	50.9%	51.9%	56.0%	56.0%	

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**2013年7月期より連結決算となっている。

直近更新内容

概略

2019年1月8日、株式会社エイチームへの取材を踏まえレポートを更新した。

2018年12月7日、同社は2019年7月期第1四半期決算を発表した。

(決算短信へのリンクは[こちら](#)、詳細は業績動向を参照)

同日、同社は子会社の設立及び会社分割に関して発表した。

(ニュース文へのリンクは[こちら](#))

同社は、2018年12月7日開催の取締役会において、2019年2月に同社100%出資子会社「株式会社エイチームフィナジー」を設立すること、および2019年5月1日（予定）を効力発生日として会社分割の方式により、同社100%子会社である「株式会社エイチームライフスタイル」の事業の一部を、当該新規設立予定の子会社に承継する方針を決議した。

金融メディア事業を分離、独立事業会社化し、意思決定の迅速化及び事業拡大の効率化を図るため株式会社エイチームフィナジーを設立する。また、株式会社エイチームライフスタイルにおける金融メディア事業を分離、独立事業会社化し、意思決定の迅速化と専門性の強化による今後のさらなる事業拡大を図るとしている。

会社分割の要旨

同社100%子会社エイチームライフスタイル社を吸収分割の方式により、新設予定の同社100%子会社エイチームフィナジー社を承継会社として実施する会社分割を予定している。

会社分割の日程

- ▷ 分割承継会社設立：2019年2月22日（予定）
- ▷ 分割契約承認日：2019年4月（予定）
- ▷ 分割契約締結日：2019年4月（予定）
- ▷ 会社分割効力発生日：2019年5月1日（予定）

2018年10月16日、同社への取材を踏まえレポートを更新した。

過去の発表は、[ニュース&トピックス](#)へ

業績動向

四半期実績推移

四半期業績推移 (百万円)	FY07/17				FY07/18				FY07/19				FY07/19	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		
売上高	7,136	8,147	9,907	9,413	8,904	9,165	10,270	9,336	8,927					
前年比	54.8%	50.3%	60.3%	39.3%	24.8%	12.5%	3.7%	-0.8%	0.3%					
売上総利益	6,031	6,926	8,235	7,741	7,428	7,515	8,311	7,460	7,162					
前年比	56.8%	50.7%	58.6%	35.4%	23.2%	8.5%	0.9%	-3.6%	-3.6%					
売上総利益率	84.5%	85.0%	83.1%	82.2%	83.4%	82.0%	80.9%	79.9%	80.2%					
販管費	5,738	6,196	6,487	6,435	6,464	6,422	6,558	6,568	6,677					
前年比	72.5%	39.2%	47.7%	29.5%	12.7%	3.6%	1.1%	2.1%	3.3%					
売上高販管費比率	80.4%	76.1%	65.5%	68.4%	72.6%	70.1%	63.9%	70.4%	74.8%					
営業利益	293	729	1,748	1,307	964	1,093	1,752	892	484					
前年比	-43.7%	404.4%	118.9%	74.6%	228.4%	49.9%	0.2%	-31.7%	-49.8%					
営業利益率	4.1%	9.0%	17.6%	13.9%	10.8%	11.9%	17.1%	9.6%	5.4%					
経常利益	292	779	1,738	1,309	981	1,096	1,776	878	507					
前年比	-40.8%	591.7%	131.2%	77.7%	235.3%	40.8%	2.1%	-32.9%	-48.3%					
経常利益率	4.1%	9.6%	17.5%	13.9%	11.0%	12.0%	17.3%	9.4%	5.7%					
当期利益	138	538	1,162	741	678	755	1,218	655	257					
前年比	-52.6%	3043.6%	142.2%	47.0%	390.9%	40.3%	4.8%	-11.6%	-62.1%					
当期利益率	1.9%	6.6%	11.7%	7.9%	7.6%	8.2%	11.9%	7.0%	2.9%					
累計値	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	(進捗率)	通期会予
売上高	7,136	15,283	25,190	34,603	8,904	18,069	28,339	37,674	8,927				22.3%	40,000
前年比	54.8%	52.4%	55.4%	50.7%	24.8%	18.2%	12.5%	8.9%	0.3%					6.2%
売上総利益	6,031	12,957	21,192	28,933	7,428	14,943	23,254	30,714	7,162					
前年比	56.8%	53.7%	153.7%	253.7%	23.2%	53.7%	153.7%	253.7%	-3.6%					
売上総利益率	84.5%	84.8%	84.1%	83.6%	83.4%	82.7%	82.1%	81.5%	80.2%					
販管費	5,738	11,934	18,421	24,856	6,464	12,886	19,444	26,012	6,677					
前年比	72.5%	53.4%	51.4%	45.0%	12.7%	8.0%	5.6%	4.7%	3.3%					
売上高販管費比率	80.4%	78.1%	73.1%	71.8%	72.6%	71.3%	68.6%	69.0%	74.8%					
営業利益	293	1,023	2,771	4,078	964	2,057	3,809	4,701	484				12.1%	4,000
前年比	-43.7%	53.7%	89.2%	84.3%	228.4%	101.1%	37.5%	15.3%	-49.8%					-14.9%
営業利益率	4.1%	6.7%	11.0%	11.8%	10.8%	11.4%	13.4%	12.5%	5.4%					10.0%
経常利益	292	1,071	2,810	4,118	981	2,077	3,853	4,730	507				12.7%	4,000
前年比	-40.8%	76.7%	106.9%	96.6%	235.3%	93.9%	37.1%	14.9%	-48.3%					-15.4%
経常利益率	4.1%	7.0%	11.2%	11.9%	11.0%	11.5%	13.6%	12.6%	5.7%					10.0%
当期利益	138	676	1,838	2,580	678	1,433	2,651	3,306	257				9.9%	2,600
前年比	-52.6%	119.1%	133.2%	99.6%	390.9%	112.0%	44.2%	28.2%	-62.1%					-21.4%
当期利益率	1.9%	4.4%	7.3%	7.5%	7.6%	7.9%	9.4%	8.8%	2.9%					6.5%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

同社は迅速かつ的確な意思決定を行う体制の構築と業務の効率化を図るため、2016年8月1日付けでEC事業本部を新設する組織変更を実施した。これに伴い、2017年7月期より「ライフスタイルサポート事業」から「EC事業」を分離し、単独セグメントとしている。また、ライフスタイルサポート事業に属する結婚式場の情報・予約サイト「すぐ婚navi」は2016年11月8日にサイトリニューアルを実施し、サービス名称をハナユメに変更している。

このため、本レポートでは、今期実績および業績予想に係る部分については、「エンターテインメント事業」「ライフスタイルサポート事業」「EC事業」の3つからなる新区分で、それ以外の部分は、「エンターテインメント事業」「ライフスタイルサポート事業」の2つからなる旧区分でコメントを記載している。

セグメント別四半期業績 (百万円)	2017年7月期				2018年7月期				2019年7月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	7,136	8,147	9,906	9,412	8,904	9,165	10,270	9,336	8,927			
ライフスタイルサポート事業	2,653	2,953	3,990	3,746	3,954	4,313	5,581	5,108	5,173			
エンターテインメント事業	4,089	4,886	5,200	5,082	4,316	4,320	3,877	3,657	3,243			
EC事業	394	308	715	584	635	532	812	571	510			
営業利益	293	729	1,748	1,306	964	1,093	1,752	892	484			
ライフスタイルサポート事業	370	327	715	516	551	686	1,077	762	642			
エンターテインメント事業	302	807	1,440	1,270	865	885	1,199	639	274			
EC事業	-35	-46	-65	-32	-44	-68	-78	-21	-63			
主要費用項目												
広告宣伝費	3,432	3,551	3,623	3,410	3,600	3,866	3,730	3,609	3,931			
ライフスタイルサポート事業	1,547	1,728	2,230	2,040	2,302	2,472	2,973	2,637	2,959			
エンターテインメント事業	1,746	1,700	1,220	1,228	1,150	1,244	560	829	835			
EC事業	70	62	117	84	93	79	106	50	54			
人件費/採用費	872	935	931	1,066	1,025	1,089	1,195	1,443	1,435			
キャリア手数料/支払手数料	1,468	1,779	2,051	2,108	1,588	1,572	1,561	1,395	1,304			
外注費/サーバー費	254	297	315	331	532	518	620	605	605			
オフィス賃料	178	218	238	243	249	251	288	291	292			
その他	639	638	1,000	948	947	776	1,123	1,100	876			
期末人員数（人）	605	627	710	718	723	788	898	955	989			
ライフスタイルサポート事業	261	287	308	339	340	391	432	489	510			
エンターテインメント事業	247	245	258	264	263	268	279	313	327			
EC事業	32	33	41	46	47	52	59	62	60			
その他	65	62	103	69	73	77	128	91	92			

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**ライフスタイルサポートの引越し関連事業で展開している引越し周辺サービス「エアコン取付け・取外し工事」などの外部委託費用については、2017年7月期までは「支払手数料」として計上していた。取引に対する同社および委託先の役割の変化を鑑み、外注委託に該当すると判断したため、2018年7月期より「外注費」として計上している。2018年7月期第1四半期における計上変更対象額は185百万円

2019年7月期第1四半期実績（2018年12月7日発表）

概要

2019年7月期第1四半期業績は、売上高8,927百万円（前年同期比0.3%増）、営業利益484百万円（同49.8%減）、経常利益は507百万円（同48.3%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益は257百万円（同62.1%減）となった。

計画比

2019年7月期期初に同社が発表した第1四半期会社予想（売上高9,000百万円、営業利益ゼロ、経常利益ゼロ、親会社株主に帰属する四半期純利益ゼロ）に対し、売上高はほぼインラインとなったが、利益面では会社計画を上回る着地となった。

売上高は、EC事業がやや計画未達となったものの、エンターテインメント事業及びライフスタイルサポート事業が計画通りに推移し、全体では概ね期初の想定通りの着地となった。各利益は、主にライフスタイルサポート事業における利用者数の増加による利益寄与に加え、エンターテインメント事業における新規タイトル「少女☆歌劇 レヴュースタァライト -Re LIVE-」（通称スタリラ）の好調なスタート、および広告宣伝費の一部未消化により、期初会社計画を上回る着地となった。

同社では2019年7月期を中長期的な成長に向けた種まきの1年と捉えている。2019年7月期通期会社計画が前期比14.9%営業減益予想となっているのは、2019年7月期において、中長期の成長に向けて、事業投資や人的投資などの先行投資を集中して行うことが背景にある（「2019年7月期の会社計画」の段に詳述）。同社では、ライフスタイルサポート事業、およびEC事業はビジネスの特性上、例年第3四半期が繁忙期であり、売上高・利益ともに下半期偏重の予想としている。さらに、ライフスタイルサポート事業を中心に、上半期には、複数の新規サービスへの投資が集中的に行うなどの要因からも、利益貢献は下半期に高い割合を占める予想としている。

ライフスタイルサポート事業内で8つの新規事業がある。同社によれば、各新規サービスの先行投資期間が終了し、成長期に入った際に想定している営業利益率は20%である。提携事業社の数を増やすことでのARPU上昇や、SEOによる検索順位上昇を図ることで、一定の売上高を超えると利益が急速に拡大する性格を持つ。

2019年7月期通期会社計画は、現時点では据え置くこととし、今後、業績見通しに変更が生じた場合には、速やかに公表するとしている。

2019年7月期通期業績予想に対する進捗率は売上高22.3%、（2018年7月期通期実績に対する第1四半期実績の進捗率は23.6%）、営業利益12.1%（同20.5%）、経常利益12.7%（同20.7%）、四半期純利益9.9%（同20.5%）となった。

前年同期比

前年同期比では、売上高は、エンターテインメント事業・EC事業が減収（それぞれ24.8%、19.5%減収）となったが、ライフスタイルサポート事業が好調に推移し（30.8%増収）、全体では横ばい（0.3%増収）となった。利益については、エンターテインメント事業における既存タイトルの利益寄与の減少に加え、ライフスタイルサポート事業における新規事業への先行投資による費用増の結果、前年同期比49.8%営業減益となった。前年同期に比べた主なコスト増要因は、広告宣伝費331百万円（9.2%）増、人件費・採用費410百万円（40.0%）増、オフィス賃料43百万円（17.3%）増など。当第1四半期末の従業員数は989名（前年同期末比266名増）となった。

同社グループの事業セグメントは「ライフスタイルサポート事業」、「エンターテインメント事業」および「EC事業」の3つとなっている。

セグメント別業績動向

セグメント別の業績動向は以下の通りである。

ライフスタイルサポート事業

同セグメントの売上高は5,173百万円（前年同期比30.8%増）、セグメント利益は642百万円（同16.6%増）となった。

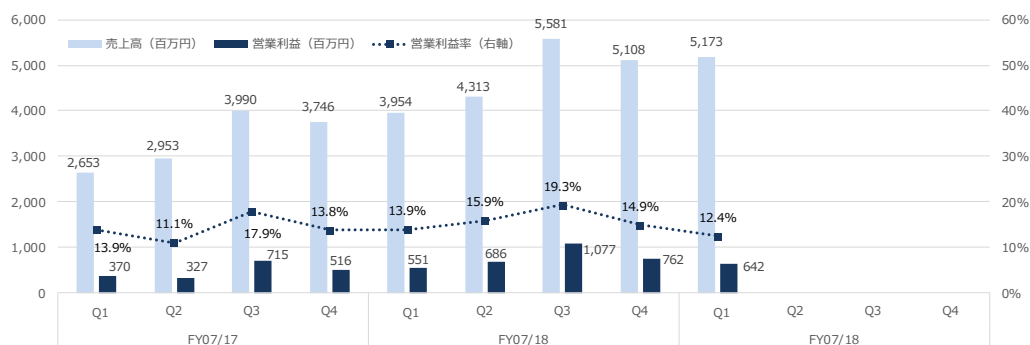
同セグメントの事業では、引越し関連、自動車関連、ブライダル関連、金融メディア等様々な事業領域において、個人の利用者に向けてサービスを展開する事業者と提携し、「三方よし」のサービス理念のもと、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト・情報サイト等様々なウェブサービスを展開している。個人の利用者は基本無料で利用でき、パートナー企業に見込客を紹介することに対する紹介手数料及び成約報酬が主な収益である。サブセグメントとして、引越し関連事業、自動車関連事業、ブライダル関連事業、金融メディア事業、その他がある。

2019年7月期第1四半期においては、各サブセグメントで増収幅は異なるものの総じて好調に推移した。前年同期との比較では、引越し関連、自動車関連、ブライダル関連、金融メディア、その他と、全てのサブセグメントにおいて増収となった。前四半期との比較では、引越し関連を除く全てのサブセグメントにおいて増収となった。引越し関連の前四半期比減収は季節要因（前四半期が需要期、特にエアコン関連において需要が高い期であったことの反動）による。

各サブセグメントにおいては、既存事業の育成に加え、周辺サービスを拡充しながら、新しい事業領域において新規サービスを複数立ち上げ、中長期的な成長に向けた投資を実施した。具体的には、新規サービスへの投資を総額で月間約30百万円～40百万円行った。更に、新規サービスの開発などに必要な人員の人件費を含めると、当第1四半期で150百万円程度の投資を行った。ライフスタイルサポート事業の当第1四半期の広告宣伝費は2,959百万円（前年同期比657百万円増）となった。ライフスタイルサポート事業の当第1四半期末の従業員数は510名（前年同期末比170名増）となった。

注：2017年12月に子会社化したIncrements社については、2018年7月期第3四半期よりライフスタイルサポート事業に区分している。サブセグメントにおける「その他」には、Increments社が運用するプログラマ向けの技術情報共有サービス「Qiita（キータ）」、手軽に書けるチーム内情報共有ツール「Qiita:Team（キータチーム）」、女性向け生理日予想・体調管理アプリ「ラルーン」、その他新規サービスが含まれる

ライフスタイルサポート事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率

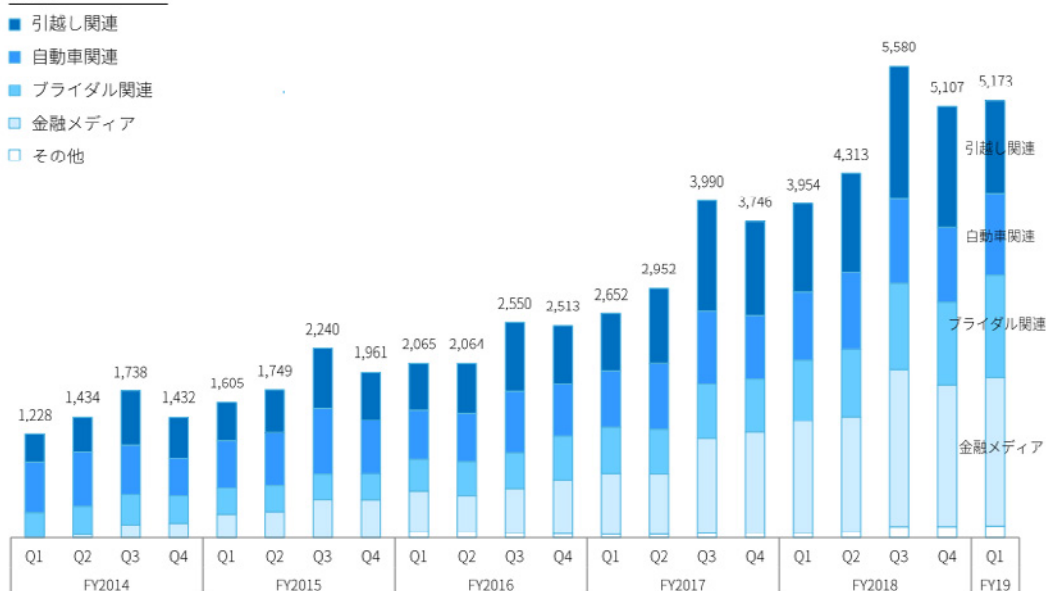


出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

「ライフスタイルサポート事業」におけるサービス別の四半期売上高の推移

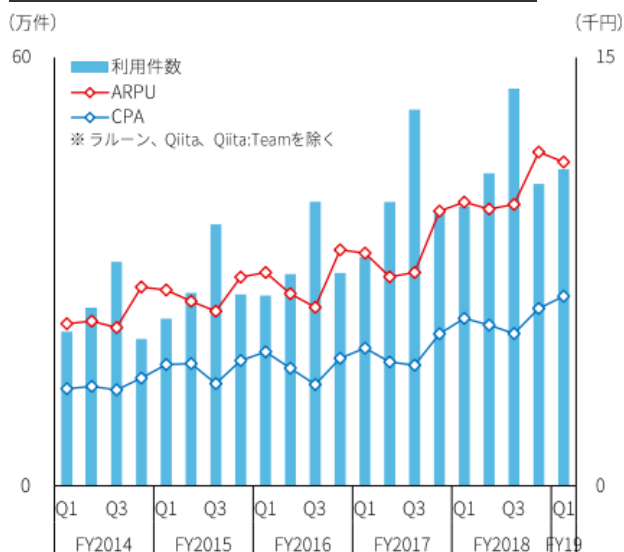
(百万円)



出所：会社資料

*2018年7月期第3四半期より、Increments株式会社の運用事業（Qiita、Qiita:Team）をサブセグメント「その他」に含めている

ライフスタイルサポート事業：利用件数、ARPU、CPA

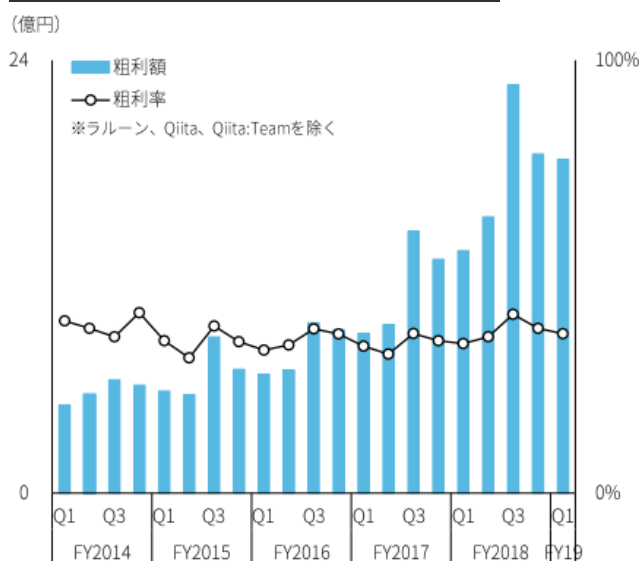


出所：会社資料

*利用件数、ARPU、CPAの定義は、以下の通り。

- ①利用件数：主要サブセグメント4事業のサービス利用件数（売上高が発生したもののみ）の合計（同一利用者が複数サービスを利用した場合は、獲得コストの発生ベースでカウント）
- ②ARPU (Average Revenue per User)：利用者1人/組当たりの売上高÷セグメント売上高÷①利用件数
- ③CPA (Cost per Acquisition)：顧客獲得1人当たりの広告単価＝広告宣伝費÷①利用件数

ライフスタイルサポート事業：粗利益額、粗利益率



出所：会社資料

*粗利益額、粗利益率の定義は、以下の通り。

- ④粗利益額：セグメント売上高－（広告宣伝費＋仕入原価）
 - ⑤粗利益率：④粗利益額÷セグメント売上高
- ※仕入原価等は総額計上分（エアコン仕入原価、エアコン工事委託費、ハナユメ定額ウエディング原価、マジェリング仕入原価）が対象

エンターテインメント事業

同セグメントの売上高は3,243百万円（前年同期比24.8%減）、セグメント利益は274百万円(同68.2%減)となった。

同セグメントでは、自社で開発したオリジナルスマートデバイス向けゲームアプリを、Apple Inc.が運営するApp Store及びGoogle Inc.が運営するGoogle Play等を配信する専用のプラットフォームを通じて提供している。ゲームアプリ自体は基本無料で提供し、ユーザーがゲームをより効率よく進めるためのアイテムを購入することで、そのアプリ内アイテム購入代金が主な収益となる。

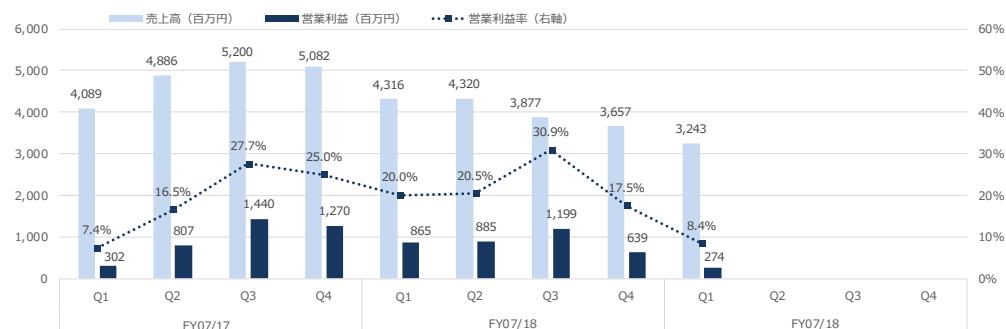
2019年7月期第1四半期においては、新規ゲームアプリ「少女☆歌劇 レヴュースタァライト -Re LIVE-」（スタリラ）をリリースした。2018年10月21日にGoogle Play、同10月28日にApp Store向けに配信開始し、無料TOPランキング1位、売上TOPランキング10位を記録するなど好調なスタートとなった。但し、当第1四半期におけるスタリラの収益寄与は1週間程度に留まっており、当第2四半期以降に収益寄与が更に拡大すると見込まれる。一方、既存ゲームアプリについては、全体的に売上が減少し、減収減益となった。同社は、「少女☆歌劇 レヴュースタァライト -Re LIVE-」の好調な推移に加え、当第2四半期（11月～1月）は年末年始需要期でもあり、既存タイトルにおいてもゲーム内イベント等による収益寄与が期待できることから、エンターテインメント事業の減収トレンドは当第1四半期で底打ちしたと見込んでいるとしている。尚、スタリラと既存タイトルの当第1四半期における売上高の動向は、同社のほぼ想定範囲内であったとのこと。

一方、利益面については、広告投資のタイミングなどの影響もあり流動的な面もあるため、当第2四半期に確実に前四半期比増益になる、あるいは同減益になるとは当第1四半期期末時点では言い切れないとしている。エンターテインメント事業の当第1四半期の広告宣伝費は835百万円（前年同期比315百万円減）となったが、前四半期比ではほぼ横ばいであった。既存ゲームアプリにおいて、KPIを見ながら適正な広告宣伝費を投じた。エンターテインメント事業の当第1四半期末の従業員数は327名（前年同期末比64名増）となった。

エンターテインメント事業の収益計上方法の変更

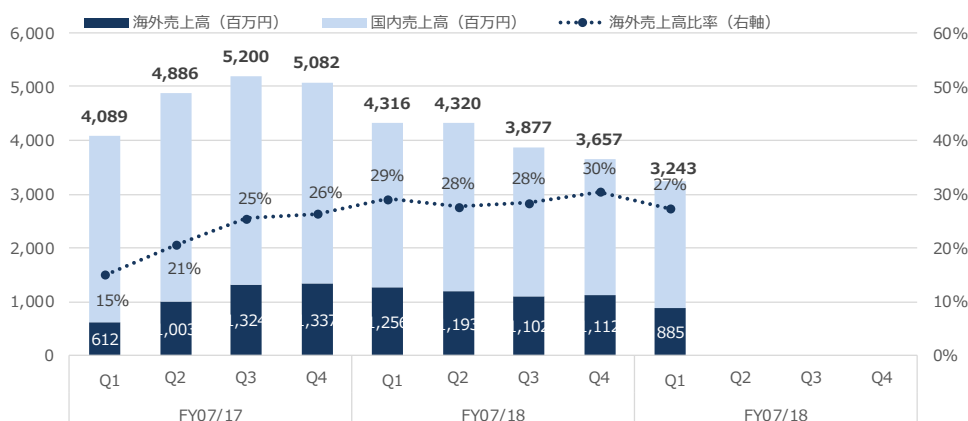
従来は課金時点で課金金額を収益（売上高）として計上していたが、2018年リリースタイトルより、課金したポイントの消費時点において消費額を収益（売上高）として計上する方法に変更した。即ち、従来はゲームユーザーがApp Storeなどで100円分通貨を購入すると、購入（課金）のタイミングで売上高100円を計上し、同時にApp Storeへの手数料などの費用計上を行っていた。変更後は、課金時ではなくゲーム内において、ユーザーが実際に通貨を使ったタイミングでの売上高計上となる。但し、ユーザーの9割は通貨購入（課金）後すぐに通貨を使っているとのこと。収益計上基準が変更となったのは、三国BASSA!!とスタリラで、それ以外は従来通り。今後の新タイトルは新しい収益基準で全て対応していく予定。

エンターテインメント事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

エンターテインメント事業：四半期国内・海外売上高、海外売上高比率



出所：会社データよりSR社作成

EC事業

同セグメントの売上高は510百万円（前期比19.5%減）、セグメント損失は63百万円（前年同期は44百万円の損失）となった。2019年7月期通期での黒字化に向けて、物流オペレーションなど運営の最適化（在庫圧縮）に向けた体制整備を優先した結果、減収となった。同社によれば、EC事業の黒字化に向けて、何よりも販売台数を伸ばすことが重要であるが、他にも配達日数を短縮化することによって購入率を向上させることや、商品ラインナップを適正化することなどにも必要であると考えているとのこと。コスト削減については、在庫を適正な状態に戻すことに加えて、プロモーションの打ち出しのタイミングや量を更に適正化していくことを重要視しているとのこと。

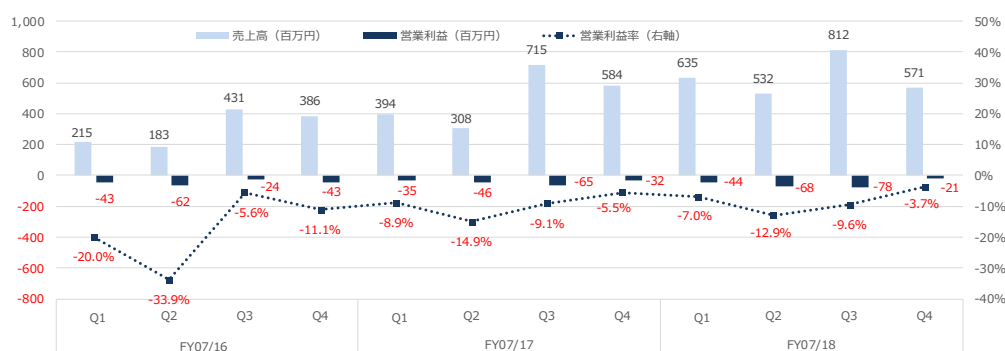
EC事業の当第1四半期末の従業員数は60名（前年同期末比13名増）となった。

同事業では、東海、関東、関西3カ所に物流倉庫を構え、国内外から仕入れた200種類以上の完成品自転車を自社で在庫を持ち、専属のプロ整備士により整備された完全組立自転車をオンラインで販売し、自宅まで配送する国内唯一の自転車専門通販サイトを展開している。

主な収益は自転車の販売代金である。自転車通販サイト「cyma-サイマ-」は2013年12月にサービスを立ち上げて以来、フルフィルメント*強化のため、段階的に投資を重ねてきた。引き続き「自転車を買うならサイマ」というブランディングを目指している。

*ネット通販における受注管理、在庫管理、ピッキング、商品仕分け・梱包、発送、代金請求・決済処理等、通販ビジネスで最も重要なコアプロセス全般を指す。また、苦情処理・問い合わせ対応、返品・交換対応等のカスタマーサポートや顧客データ管理等の周辺業務も含まれる。

EC事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

子会社「株式会社エイチームフィナジー」の設立

同社は2019年2月、金融メディア事業を中心とする子会社「株式会社エイチームフィナジー」を設立する。同社100%子会社である株式会社エイチームライフスタイルにおける金融メディア事業を分離、独立事業会社化し、意思決定の迅速化と専門性の強化により事業拡大の効率化を図っていく。営業開始は2019年5月を予定している。

具体的には、「ナビナビキャッシング」「ナビナビクレジットカード」「ナビナビFX」「ナビナビ住宅ローン」などの金融領域における情報・検索サイト、および家計の見直し・節約サイト「Soldi（ソルディ）」を、株式会社エイチームフィナジーに移管する予定。

社名「エイチームフィナジー」は、Finance（金融）、Synergy（相乗効果）、Technology（技術）を掛け合わせた造語である。「IT×金融」における専門性を強化しつつ、エイチームグループの事業とのシナジーを創出していきたいとの思いが込められている。

会社分割の要旨

同社100%子会社エイチームライフスタイル社を吸収分割の方式により、新設予定の同社100%子会社エイチームフィナジー社を承継会社として実施する会社分割を予定している。

会社分割の日程

- ▷ 分割承継会社設立：2019年2月22日（予定）
- ▷ 分割契約承認日：2019年4月（予定）
- ▷ 分割契約締結日：2019年4月（予定）
- ▷ 会社分割効力発生日：2019年5月1日（予定）

過去の四半期実績と通期実績は、過去の業績と財務諸表へ

2019年7月期の会社計画

連結業績 (百万円)	FY07/17			FY07/18			FY07/19
	上期	下期	通期	上期実績	下期実績	通期実績	通期会予
売上高	15,283	19,320	34,603	18,069	19,605	37,674	40,000
前年比	52.3%	49.4%	50.7%	18.2%	1.5%	8.9%	6.2%
ライフスタイルサポート事業	5,605	7,737	13,343	8,268	10,688	18,956	22,000
前年比	35.7%	52.8%	45.1%	47.5%	38.1%	42.1%	16.1%
構成比	36.7%	40.0%	38.6%	45.8%	54.5%	50.3%	55.0%
エンターテインメント事業	8,976	10,283	19,259	8,635	7,533	16,168	15,000
前年比	63.1%	45.8%	53.3%	-3.8%	-26.7%	-16.0%	-7.2%
構成比	58.7%	53.2%	55.7%	47.8%	38.4%	42.9%	37.5%
EC事業	702	1,299	2,001	1,167	1,384	2,550	3,000
前年比	76.7%	59.0%	64.7%	66.2%	6.5%	27.4%	17.6%
構成比	4.6%	6.7%	5.8%	6.5%	7.1%	6.8%	7.5%
売上原価	2,327	3,343	5,670	3,126	3,835	6,961	
売上総利益	12,957	15,976	28,933	14,943	15,770	30,714	
前年比	53.5%	46.4%	49.5%	15.3%	-1.3%	6.2%	
売上総利益率	84.8%	82.7%	83.6%	82.7%	80.4%	81.5%	
販売費及び一般管理費	11,934	12,921	24,856	12,886	13,126	26,012	
売上高販売管理費率	78.1%	66.9%	71.8%	71.3%	67.0%	69.0%	
営業利益	1,023	3,055	4,078	2,057	2,645	4,701	4,000
前年比	53.7%	97.5%	84.3%	101.1%	-13.4%	15.3%	-14.9%
営業利益率	6.7%	15.8%	11.8%	11.4%	13.5%	12.5%	10.0%
ライフスタイルサポート事業	697	1,232	1,929	1,237	1,840	3,077	3,200
前年比	6.0%	25.7%	17.8%	77.5%	49.3%	59.5%	4.0%
構成比	40.4%	32.0%	34.6%	43.0%	51.4%	47.7%	54.4%
利益率	12.4%	15.9%	14.5%	15.0%	17.2%	16.2%	14.5%
エンターテインメント事業	1,109	2,711	3,821	1,750	1,838	3,588	2,680
前年比	12.1%	107.4%	66.3%	57.7%	-32.2%	-6.1%	-25.3%
構成比	64.3%	70.5%	68.6%	60.9%	51.4%	55.6%	45.6%
利益率	12.4%	26.4%	19.8%	20.3%	24.4%	22.2%	17.9%
EC事業	-81	-98	-179	-113	-99	-212	0
前年比	-23.1%	45.2%	3.5%	39.3%	1.6%	-	-
構成比	-4.7%	-2.5%	-3.2%	-3.9%	-2.8%	-3.3%	0.0%
利益率	-11.5%	-7.5%	-8.9%	-9.7%	-7.2%	-8.3%	0.0%
共通部門費	-703	-791	-1,493	-818	-933	-1,751	-1,880
経常利益	1,071	3,047	4,118	2,077	2,653	4,730	4,000
前年比	76.7%	104.7%	96.6%	93.9%	-12.9%	14.9%	-15.4%
経常利益率	7.0%	15.8%	11.9%	11.5%	13.5%	12.6%	10.0%
当期純利益	676	1,904	2,580	1,433	1,873	3,306	2,600
前年比	119.1%	93.5%	99.6%	112.0%	-1.6%	28.2%	-21.4%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。事業別の営業利益構成比は調整前利益を100%として計算

**会社予想は直近の値

概要

2019年7月期通期業績同社予想は、売上高は40,000百万円（前期比6.2%増）、営業利益は4,000百万円（同14.9%減）、経常利益4,000百万円（同15.4%減）、親会社株主に帰属する当期純利益2,600百万円（同21.4%減）としている。同社は、業績については、各KPIの状況に鑑み、季節要因等を加味しながら想定可能な範囲内で予想している。エンターテインメント事業においては、2019年7月期上半期に前述の新作ゲームアプリ「少女☆歌劇 レヴュースタァライト -Re LIVE-」の大型プロモーションを実施する可能性がある。同社によれば、ライフスタイルサポート事業の予想については保守的、エンターテインメント事業の予想については左程保守的ではないとのこと。

中長期的な成長に向けた種まきの1年

同社では2019年7月期を中長期的な成長に向けた種まきの1年と捉えている。前期比14.9%営業減益予想は、中長期の成長に向けて、事業投資や人的投資などの先行投資を集中して行うことが背景にある。具体的には、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向け、2019年7月期も引き続き、各セグメント事業の強化・拡大を図るとともに、新事業の創出に向けた先行投資を進め、事業ポートフォリオの強化を図る。そのためにも人材獲得・人材育成、および環境整備・組織体制の

強化に注力する。新サービスへの先行投資や人材・組織体制の強化等、次期以降の更なる成長に向け、事業ポートフォリオと事業全体の基盤強化の1年と位置づけている。

ライフスタイルサポート事業、およびEC事業はビジネスの特性上、例年第3四半期が繁忙期であり、売上高・利益ともに下半期偏重の予想としている。さらに、ライフスタイルサポート事業を中心に、上半期には、複数の新規サービスへの投資が集中的に行うなどの要因からも、利益貢献は下期に高い割合を占める予想としている。

セグメント別業績動向

ライフスタイルサポート事業

売上高22,000百万円（前期比16.1%増）、営業利益3,200百万円（同4.0%増）、営業利益率14.5%（同-1.7%ポイント）を同社は予想している。

サブセグメントとなる引越し関連事業、自動車関連事業、ブライダル関連事業、金融メディア事業それぞれにおいて、利用者数の増加、利用者1人当たり売上高の向、利益率の向上を図りながら、引き続きサービス間の相互送客・継続顧客の獲得に注力する。また、中長期的な成長を見据え、新規サービス育成のために積極投資を実施する予定である。それらを踏まえ、営業増益率は前期比4.0%（124百万円）増益に止まると同社は予想。内訳は、既存が同558百万円の増益要因（二桁成長）となる一方、新規サービス（以下の8つ）の立ち上げ費用（パートナー事業者の開拓、利用者数増加のための広告宣伝などの費用）が同434百万円の減益要因。

ライフスタイルサポート事業の新規サービス

領域	サービス名	概要
自動車関連	くるまDELI	中古自動車のインターネット販売
金融メディア	ナビナビFX	初心者向けのFXトレードサポートアプリ
金融メディア	ナビナビ住宅ローン	プロが教える住宅ローン情報サイト
その他（ライフエンディング）	Life.（ライフドット）	ライフエンディング情報検索サイト
その他（不動産）	すまいうる	不動産売却情報・不動産一括査定サイト
その他（生活関連）	ファインドプロ	シロアリ・ハチ駆除など出張訪問サービスの検索・予約サイト
その他（家計・節約）	Soldi（ソルディ）	通信費・家計見直しサイト
その他（ヘルスケア）	Minorie（ミノリエ）	「ラルーン」ユーザーの声から作られた妊活サプリEC

出所：会社資料よりSR社作成

業績については、既存の各サービスの収益力、KPIの状況を踏まえ、季節要因や内外の環境要因等を現時点で想定可能な範囲で加味して予想している。新規サービスについては、2018年7月期決算発表時点で想定可能な範囲で費用を織り込み、売上高は保守的に予想している。既存サービスについても、競争力強化に向けた投資を一部先行投資も含めて行っていくことから、売上高・利益ベースでは例年同様の成長を見込むものの全体としては営業利益率の低下が予想される。

主な新規サービスの内容

- ・くるまDELI：中古車ディーラーが保有する中古車を、店舗に行くことなく、営業マンとの交渉を行うことなく、安心・安全に、スマートフォンだけで購入することができるサービス。スマートフォン完結で、安心・安全に中古車を買いたいというユーザーをインターネットで集客し、ユーザーは中古車を選び、その情報がディーラーに届き、書類のやりとりなどをウェブまたは郵送で行う。同社はディーラーから手数料を得るというビジネスモデルである。2019年7月期第1四半期時点では、申込みから約1ヵ月÷1ヵ月半後にユーザーの元に車が届く仕組みになっている。ディーラーから獲得する手数料の料率は現時点ではまだ確定しておらず、双方において妥当な率を検討するテストなどを当第1四半期に行ったとのこと
- ・Life.（ライフドット）：当第1四半期時点では墓の領域に焦点を絞っており、広告費を大量に投入するというよりは、良質なコンテンツを投入し、SEO対策を図っている段階である。サイトには全国の多くの霊園情報を集め、コンテンツ・サービスの内容をより良いものにしていく局面であると同社では認識している。周辺領域として、墓や葬式にまつわる情報も提供している。将来的には、墓に限らず、葬式や遺産相続などの関連コンテンツも搭載し、最終的にはライフエンディングの総合メディアになるという姿を目標としている。PVは順調に拡大中であるとのこと

エンターテインメント事業

売上高15,000百万円（前期比7.2%減）、営業利益2,680百万円（同25.3%減）、営業利益率17.9%（同-4.3%ポイント）を同社は予想している。

既存は主力ゲームアプリを中心に収益最大化を図る一方、他社との協業による新規ゲームアプリの共同開発にも注力する。具体的には、「ヴァルキリーコネクト」「ユニゾンリーグ」等主力タイトルの効率的な運用と、成長余地のある海外での売上拡大に取り組むと共に、新規タイトル「少女☆歌劇 レヴュースタァライト -Re LIVE-」の開発に注力する。同社は、株式会社ブシロードおよび株式会社TBSテレビとの3社協業により、ミュージカルを始めとして2018年7月よりTBS系列にてアニメ放送もスタートしたメディアミックス作品「少女☆歌劇 レヴュースタァライト」を題材とした新作スマートフォン向けゲームアプリ「少女☆歌劇 レヴュースタァライト -Re LIVE-」のリリースを予定している。これは、ロイヤルティを支払い、既存の有名IPを使用するのではなく、3社協業で新しいIPを創出するといった同社にとっては新しい取り組みとなる。

当セグメントの業績については、既存タイトルは2018年7月期決算発表時点で想定できる費用を織り込んだ上で、直近のKPI推移を踏まえた売上高・利益予想としている。協業による新規ゲームアプリの売上と利益への貢献は、リリース時のプロモーション費用等を十分に織り込んだ予想としている。なお、協業による新規ゲームアプリの売上高による利益と費用は、協業先との分配による影響を除外し、同社の売上高と利益対象分のみを予想に織り込んでいる。

EC事業

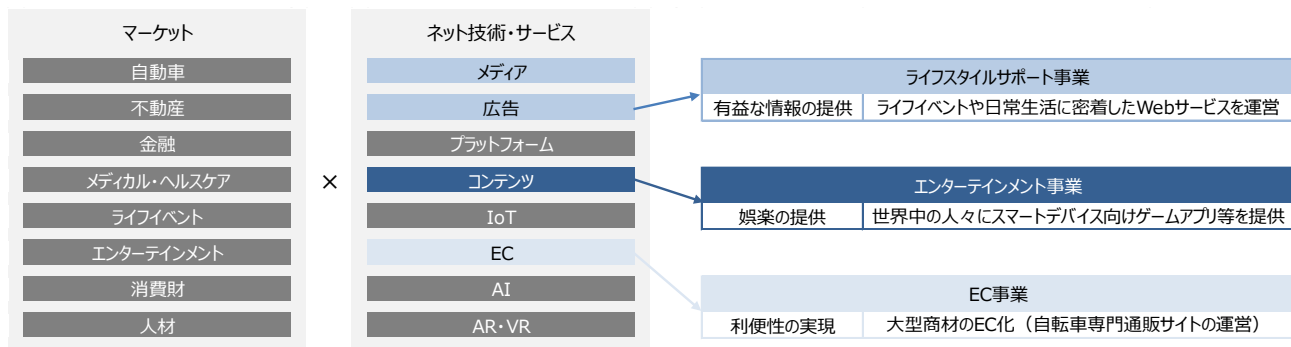
売上高3,000百万円（前期比17.6%増）、営業利益0百万円（前期は営業損失212百万円）を同社は予想している。自転車販売において、原価率低減に向けた商品構成の最適化、配送費削減のための在庫配置の適正化、フルフィルメント強化の継続などを実施する。周辺商材の販売も強化する。

中期計画

中長期的、継続的な成長性を重視して「今から100年続く会社」に

同社は、具体的な中期経営計画を発表していない。しかし、経営理念として、「今から100年続く会社にすること」を掲げている。この基本理念の下で、単年度、四半期利益の最大化ではなく、中長期的、継続的な成長性を重視して経営を行うとしている。インターネットを通じて個人の利用者に支持・利用してもらえるゲームコンテンツ、比較サイト・情報サイト、ECサイトなどの企画・開発および運営という既存の事業軸を基本としながらも、多様な技術領域・ビジネス領域にチャレンジし、新たな収益機会を創出していくとしている。

同社の目指す姿



出所：会社資料よりSR社作成

戦略面では、「継続成長性」を重視したライフスタイルサポート事業およびEC事業を伸ばすことで経営基盤を安定させることを狙いつつ、「爆発性」を重視したエンターテインメント事業で大きな成長を狙うとのことである。これにより中長期的には売上高で1,000億円、営業利益率で15%程度を目指していくとしている。

セグメント別では、ライフスタイルサポート事業については、2020年7月期に売上高30,000百万円規模（2018年7月期実績18,955百万円）を目指す。人生のイベントを、ゆりかごから墓場まで、「点」を「線」につないでいく。結婚式場情報サイト「ハナユメ」のウエディングデスクの成功事例のように、ネットに加えてリアルな人材やコールセンターなどの機能も活用するなどして、「ネット」×「リアル」を実現するサービスを提供していく。また、エンターテインメント事業においては、日本で企画・開発・運営を行い、世界中の人々に娯楽を提供していく。全世界に向けて、月商1,000百万円規模のアプリを複数創出していく。海外売上高比率50%（2018年7月期実績29%）を目指す。更に、EC事業においては、自転車の通信販売だけでなく、自転車周辺のサービスにも積極的に参画していく。中長期的に国内自転車販売台数の3%を目指すとしている。

一方、営業利益については、ライフスタイルサポート事業は、利用件数の増加や新規事業の収益寄与、サービス間の相互送客拡充による広告費の抑制などの貢献を見込むとしている。エンターテインメント事業は、各タイトルの売上規模拡大による増収効果や、売上規模に応じた適切な広告宣伝費の費消により、利益拡大を目指す。EC事業は、売上拡大や、仕入や配送の効率化により、2019年7月期に収支均衡を見込んでいる。

同社によれば、エンターテインメント事業はヒットタイトルが生まれることで大きな利益を獲得できる爆発性を持つ反面、飽きられないよう常に更新し続ける必要がある。一方、ライフスタイルサポート事業およびEC事業はサービスが軌道に乗り安心して使ってもらえるブランドになれば安定的、継続的な収益向上が期待できるとしている。このように、特徴の異なる事業を並行して手掛けることにより、経営の安定性と高い成長性のバランスの実現を目指すとのことである。またこれらの事業軸を基本としながらも、枠にとらわれずにさまざまな新規事業にチャレンジして新たな収益源の創出を図ることとで、「今から100年続く会社にすること」を目指すとしている。

各事業における今後の目標および取組は、以下の通りである。

ライフスタイルサポート事業

既存4サービス（引越し関連、自動車関連、ブライダル関連、金融メディア）は堅実に利益を出しつつ、新規領域についても拡大を図り、2020年7月期に売上高30,000百万円規模を目指す

- ▷ それぞれのサービスで利用者数増加と顧客単価向上を図る。
- ▷ 新規領域の開拓を図る（ライフエンディング、不動産、生活・家計・節約、ヘルスケアなど。人生のイベントを、ゆりかごから墓場まで、「点」を「線」につないでいく。
- ▷ 有益な情報を提供し、生活をより豊かに、より便利にするサービスを順次開拓する。

エンターテインメント事業

日本で企画・開発・運営し、世界中にサービスを提供する

- ▷ 今後は、北米だけではなく、アジア圏、欧州などの大きな市場を狙う。
- ▷ 全世界に向けて月商10億円規模のゲームアプリを複数生み出す。
- ▷ タイトル数を絞って、人的リソースを集中的に投下し、タイトルのリッチ化を進める。
- ▷ 全世界におけるマーケットの合計で年商数百億円規模の達成を目指す。
- ▷ 海外売上比率50%以上を目指す。

EC事業

自転車専門通販No.1サイトを目指す

- ▷ 中長期的に国内自転車販売台数の3%を目指す
- ▷ 自転車の通信販売だけでなく、自転車周辺のサービスにも積極的に参画していく。
- ▷ まだEC化が進んでいない商材へ挑戦する。

M&Aおよびベンチャー投資

同社はかつては必要な要素を自社で揃える傾向が強かったが、中長期な成長の実現や企業価値の向上のためにM&Aを行うことについて前向きなスタンスに転じている。M&Aのターゲットは、既存事業の競争力強化につながると想定される企業や事業、ないしは、自社では容易に参入できない/参入するのに時間のかかる事業を営む企業である。例えば、ライフスタイルサポート事業ではシェア拡大やシナジーが見込まれる事業や関連メディアなど、エンターテインメント事業ではユーザーを獲得・確保するための国内外のメディアなど、EC事業では自転車に限らず、国内外における他のEC商材などである。

また、ベンチャー投資についても積極的な考えを持っている。ターゲットは主に以下の2つ。1つは、不確実性が高く自社による参入は躊躇されるも、中長期視点で魅力の高い事業領域や技術を保有する未上場ベンチャー企業への出資。もう1つは、同社のノウハウを活用することにより、大きな成長が見込める事業を展開する未上場ベンチャー企業への出資および業務提携。

事業内容

事業概要

同社は、「ライフスタイルサポート事業」、「エンターテインメント事業」、「EC事業」*の3つを事業領域とする。「ライフスタイルサポート事業」は、引越し、自動車、ブライダルなどの分野で、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト、情報サイト等様々なウェブサービスの企画・開発・運営を行っており、顧客企業からの見込客送客手数料が主な収入である。原則として同社の技術者によりサイトやアプリを開発し、企画から運営に至るノウハウを自社に蓄積（競争力の源泉と）している。一方、「エンターテインメント事業」は、ロールプレイングゲームの「ユニゾンリーグ」や「ヴァルキリーコネクト」、シミュレーションゲームの「ダービーインパクト」などのスマートデバイス（スマートフォンやタブレット端末）向けゲーム・ツールアプリの企画・開発・運営を行っており、ユーザーからゲーム内アイテム課金料を得ている。また、「EC事業」では、自転車専門通販サイト「cyma-サイマ-」を運営している。主な収益は、利用者からの自転車購入代金である。このように、特徴の異なる3つの事業を並行して手掛けることにより、経営の安定性と高い成長性のバランスを実現している。

*同社は迅速かつ確かな意思決定を行う体制の構築と業務の効率化を図るため、2016年8月1日付けでEC事業本部を新設する組織変更を実施した。これに伴い、2017年7月期より「ライフスタイルサポート事業」から「EC事業」を分離し、単独セグメントとしている。また、ライフスタイルサポート事業に属する結婚式情報サイト「すぐ婚navi」は2016年11月8日にサイトリニューアルを実施し、サービス名称をハナユメに変更している。

このため、本レポートでは、業績予想に係る部分については、「エンターテインメント事業」「ライフスタイルサポート事業」「EC事業」の3つからなる新区分で、それ以外の部分は、「エンターテインメント事業」「ライフスタイルサポート事業」の2つからなる旧区分でコメントを記載している。

セグメント別売上・利益の動向（新基準）

セグメント別業績動向 (百万円)	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
売上高	3,518	4,064	6,380	10,990	12,036	15,829	22,968	34,603	37,674
ライフスタイルサポート事業	1,145	1,565	3,100	4,357	5,835	7,557	9,193	13,343	18,956
エンターテインメント事業	2,373	2,500	3,278	6,632	6,169	7,914	12,560	19,259	16,168
EC事業	-	-	-	-	32	357	1,215	2,001	2,550
営業利益	246	449	1,071	1,717	1,452	2,088	2,213	4,078	4,701
ライフスタイルサポート事業	92	178	539	632	840	1,298	1,637	1,929	3,077
エンターテインメント事業	562	705	1,126	1,866	1,409	1,770	2,297	3,821	3,588
EC事業	-	-	-	-	-35	-115	-173	-179	-212
共通部門費	-408	-434	-594	-781	-762	-865	-1,549	-1,493	-1,751
売上構成比	67%	61%	51%	60%	51%	50%	55%	100%	100%
ライフスタイルサポート事業	33%	39%	49%	40%	48%	48%	40%	39%	50%
エンターテインメント事業	67%	61%	51%	60%	51%	50%	55%	56%	43%
EC事業	-	-	-	-	0%	2%	5%	6%	7%
営業利益構成比	86%	80%	68%	75%	64%	60%	61%	100%	100%
ライフスタイルサポート事業	14%	20%	32%	25%	38%	44%	44%	35%	48%
エンターテインメント事業	86%	80%	68%	75%	64%	60%	61%	69%	56%
EC事業	-	-	-	-	-2%	-4%	-5%	-3%	-3%
従業員数	-	261	300	446	541	530	583	718	955
ライフスタイルサポート事業	-	65	93	146	222	221	253	339	489
エンターテインメント事業	-	144	157	237	263	239	241	264	313
EC事業	-	-	-	-	12	24	30	46	62
共通	-	52	50	63	44	46	59	69	91
1人当たりの売上高	17	17	23	29	24	30	41	53	45
ライフスタイルサポート事業	-	-	39	36	32	34	39	45	46
エンターテインメント事業	-	-	22	34	25	32	52	76	56
EC事業	-	-	-	-	5	20	45	53	47
1人当たりの営業利益	1	2	4	5	3	4	4	6	6
ライフスタイルサポート事業	-	-	7	5	5	6	7	7	7
エンターテインメント事業	-	-	7	9	6	7	10	15	12
EC事業	-	-	-	-	-6	-6	-6	-5	-4

出所：会社データよりSR社作成

*同社は2017年7月期より「ライフスタイルサポート事業」から「EC事業」を分離し、単独セグメントとしている。上表の2014年7月期以降の数字はこの変更を反映した遡及修正値である。

2018年7月期における主要事業の売上構成比は、「ライフスタイルサポート事業」50%、「エンターテインメント事業」43%、「EC事業」7%、営業利益構成比は、それぞれ48%、56%、-3%である。

特徴の異なる事業展開による経営の安定性と高い成長性のバランスの実現

同社は、さまざまな市場の外部環境の変化に直面しながらも、堅調な収益拡大を続けている。この一因は、「ライフスタイルサポート事業」と「エンターテインメント事業」と「EC事業」といった特徴の異なる3つの事業を有する点にある。「エンターテインメント事業」は、成長力はあるが、好不調の波が激しいゲーム事業のボラティリティの影響を受ける可能性がある。一方、「ライフスタイルサポート事業」と「EC事業」は、ブランド認知が広がれば安定的な収益が期待される。

事業推移：3つのフェーズ

同社によれば、現在に至る同社の事業の推移を大別すると、3つのフェーズ（局面）に区分される。各フェーズにおける同社の主な動向は以下の通りである。

第1フェーズ（創業期。1997年から2003年ごろまで）

第1フェーズでは、従来型携帯電話向け公式サイトの開発受託で事業規模が拡大した。同社の源流は、現社長の林氏が1997年6月に個人事業として開始した、ソフトウェアの受託開発事業である。その後、2000年2月に有限会社エイチームを設立した。当初は、業務用システム開発の受託がメインであった。しかし、2000年8月に日本エンタープライズ株式会社（東証1部4829）より従来型携帯電話向け公式サイトを開発をはじめて受託してから、徐々に日本エンタープライズ社からの受託開発が主となっていた。

第2フェーズ（転換期。2003年から2006年ごろまで）

第2フェーズでは、受託開発から脱却を目指し、自社開発商品への展開を加速した。同社は、従来型携帯電話向け公式サイト受託開発を手掛けることで売上を伸ばしたが、条件の厳しい下請け事業から脱却するために、2003年夏より自社のゲーム開発に着手。2003年12月に、同社初の自社開発ゲームとなる恋愛シミュレーションゲーム（KDDI株式会社（au）の従来型携帯電話向け）をリリースした。さらに、自社開発製品の比率を向上させるために従来型携帯電話向けの公式サイトを簡単に作れるツールを開発し発売。これらを活用して着うたや待ち受け画面などの従来型携帯電話向けコンテンツのラインナップを広げ、従来型携帯電話向け公式サイト関連を軸に「エンターテインメント事業」の拡充に注力した。なお、2006年7月には、従来型携帯電話向けでは日本初となるMMORPG*をリリースした。現在、同社はMMORPGを得意としているが、他社に先駆けて従来型携帯電話向けMMORPGをリリースしたアドバンテージが現在につながっているとしている。

*リアルタイムで多人数が同時に参加できるロールプレイングゲーム。当時は、パソコン向けMMORPGはあったものの、従来型携帯電話向けの開発は難しいとされていた。しかし、従来型携帯電話向け公式サイトを開発などで蓄積した技術力・ノウハウを背景として、同社が従来型携帯電話向けMMORPGを開発した。

第3フェーズ（拡大期。2006年から現在）

第3フェーズでは、「ライフスタイルサポート事業」への参入とスマートフォン関連へのシフトを進めた。同社は、従来型携帯電話向け公式サイト関連に続く、第2の柱として、2006年6月より引越し関連の比較サイトの企画・開発および運営を行う「ライフスタイルサポート事業」にも参入した。同社では、既に人気を博していたホテルの比較サイトにヒントを得て同事業に参入した。同社では、その後も自動車関連（車査定・車買取サイト）、ブライダル関連（結婚式場の比較・情報・予約サイト）、金融メディア（キャッシング・カードローン総合検索サイト）、EC事業（自転車通販サイト）などの新分野への展開も進めている。

「エンターテインメント事業」については、スマートデバイス（スマートフォンやタブレット端末）へのシフトを本格化させている。従来型携帯電話向け公式サイト関連を軸に順調に売上拡大を続けていた「エンターテインメント事業」であるが2008年ごろに売上高の伸びが鈍化した。一方で、2008年ごろからスマートデバイスが登場し始めた。また、2009年ごろ

からはグリー株式会社（東証1部3632）や株式会社ディー・エヌ・エー（東証1部2432）、株式会社ミクシィ（東証マザーズ2121）が展開するソーシャルゲーム市場も拡大し始めた。このため、同社は、ソフト開発の主軸を従来型携帯電話向け公式コンテンツからスマートデバイスへとシフト、また、ソーシャルゲームに関しても、グリー社やDeNA社、ミクシィ社のソーシャルプラットフォーム向けにいち早く参入した。

ソーシャルゲームに関しては、2012年までに100タイトル以上をリリースしたが、大半は、出だしの好調を維持することが出来ず、失敗に終わった。なお、2011年に、同社の技術力を評価するグリー社と資本業務提携を行い、協業して製作したゲーム「AKB48ステージファイター」をリリースして、ヒットを収めた。一方、スマートデバイスは、従来の携帯電話と異なり、世界統一プラットフォームの端末であるため、ゲーム開発についても、米国市場を中心としたグローバル展開を意識したタイトルの開発に注力した。この結果、2012年2月にグローバルタイトル「ダークサマナー」を発売。同タイトルは、国内外でトップランキングを確保する大ヒットを収めた。

徹底したマーケットインの発想によるソフト開発と顧客企業との密接な関係の構築で差別化を実現

同社の林社長は、小学生時代からゲームソフトの開発に熱中し、ソフト開発の技術を蓄積してきた。同時に、学習塾経営やさまざまなアルバイトを経験して、同社を創業した。従来型携帯電話向け公式サイト運営時の経験や、ソーシャルゲーム立ち上げ期に苦しんだ経験を踏まえ、林氏はソフト開発の技術者でありながらも、徹底したマーケットインの発想を貫いている。

この結果、他のゲーム関連企業が少数のヒットタイトルに依存する傾向があるのに対し、同社の「エンターテインメント事業」は複数ゲームタイトルが安定した収益を計上している。また、海外展開に際しても、開発メンバーに外国人を加えるとともに、海外で人気のあるゲームの世界観や用語、絵柄と日本で人気のあるゲームを組み合わせたタイトルを制作しヒットを生み出している。

顧客企業との密接な関係性の構築

ライフスタイルサポート事業では、自社サイトで集客した利用者を顧客企業に紹介するだけでなく、利用者アンケートを定期的に顧客企業にフィードバックするなどの地道な取り組みにより顧客企業と密接な関係を構築している。IT企業でありながらも、技術だけに頼ることなく、人手をかけて顧客企業との関係性を構築することが同社のアドバンテージにつながっている。例えば、引越し関連事業（引越し侍）では、サイトの利用者に対して引越し事業者のサービスに対するアンケート（価格やサービス品質に対する満足度調査）を実施しており、2カ月から3か月分を集計して、各引越し業者にフィードバックしている。また、顧客企業に対して、担当営業員のサービスについてのアンケートも実施しており、サービス改善に役立てている。同社によればブライダル関連でも同様の取り組みを実施しているとのこと。引越し関連サービスや自動車関連サービスでは、全国の引越し業者や中古車買い取り事業者を担当営業員が定期的に訪問している。

成功モデルの横展開

既に成功しているモデルを新しい分野で展開する。例えば、国内初の携帯電話向け多人数参加型リアルタイムオンラインRPGとして同社が2006年9月に発売した「エターナルゾーン」は、パソコンで人気のあったゲームを参考にして、従来型携帯電話向けゲームとして開発し、人気を得た。また、国内外で人気を博し、現在も根強い人気を有している「ダークサマナー」は、米国市場で人気のあるダークファンタジーの要素を取り入れた。また、ライフスタイルサポート事業では、引越し関連サービスの引越し侍は、人気を博していたホテル予約サイトの成功モデルを参考に参入している。

SEM、SEOのノウハウ

詳細は開示されていないが、金融メディアは、後発ながら、ブライダル関連や自動車関連の売上規模を上回り、引越し関連をも上回る最大の項目に成長している（グラフから読み取ったSR社推定）。この成功は、「引越し侍」をはじめ、複数サービスの運営で蓄積した、SEM*、SEO*ノウハウの活用が寄与したとしている。

*SEMとはリスティング広告（サーチエンジン上のクリック課金型の広告）やSEO（サーチエンジン最適化）など検索エンジン上マーケティングの総称。なお、SEOは、サーチエンジンの検索結果を上位表示するために、サイト内の情報や構造をユーザーにとって利用しやすいように最適化する施策である。

同社によれば、SEMに係る同社のエンジニアは常に経営の視点を持ちながらSEMの運用を行っているとのこと。企画段階からエンジニアが参画し、営業・デザイン・事業企画担当者や同社経営陣と議論しながら、ユーザーの動向を分析している。各エンジニアが能動的に開発・運営を行っているとのことである。

売れているものと売れているものを組み合わせ

同社が、グリー社と共同開発した、「AKB48ステージファイター」は、人気アイドルグループのAKB48と、人気ゲームのカードバトルを組み合わせることで成功を収めたとのこと。最近では、この組み合わせ戦略を重視しつつ、同社独自の新たな要素を加えて、新たな商品開発を進めているとしている。

*同社は、2000年代前半に、従来型携帯電話向け約400サイトの公式サイトを運営していた。同社によれば、そのほとんどが人気を博していたが、その理由は、自社のこだわりよりも、当時の流行を取り入れることを重視したことが功を奏したためであるとのことである。この従来型携帯電話向け公式サイト運営のノウハウを活かし、同社は「成功モデルの横展開」や「売れているものと売れているものとの組み合わせ」という鉄則をその後の事業展開においても守っている。同社によれば、いずれも単純な鉄則であるが、一般的に、企業規模が大きくなればなるほど、自社のこだわりが優先される傾向にあるとのこと。同社は、これらの鉄則を地道に守ることで、他社との差別化を実現している。

「ネット」×「リアル」を実現するサービスの提供

結婚式場情報サイト「ハナユメ」では、全国12カ所にウエディングデスク（来店型の相談受付店舗）を設け、ウェブとリアル店舗連携の独自ハイブリッド型ビジネスモデルを構築している。大手の寡占状態だったブライダル分野において独自の存在感を示すことに成功している。

サービス個々のターゲット属性を明確化し、提携事業者や利用者にとって選別しやすく利用しやすいサービスを提供すると同時に、Webとリアル店舗連携による顧客一元管理の徹底により、提携事業者からの信頼性と高い利用者満足度を実現している。

ネット上だけでアイデアを広げる戦い方では、チャンスを狙うベンチャー企業に追いつかれるリスクがあると同社は考えている。ただし、設備投資のリスクを負い、ハードを含めたサービスを展開することで他のベンチャー企業に模倣されにくい。

サテライトオフィスと人材養成講座を活用した人材確保の取り組み

同社は、積極的に事業を拡充しているため、ソフトウェア開発者を中心とした継続的な人材確保が不可欠である。しかしながら、同社の本社は名古屋に立地していることもあり、人材の確保には苦戦しているとのこと。このため、同社では、サテライトの開発拠点として大阪オフィス（2012年9月開設）、東京オフィス（2015年9月開設）、子会社としてベトナムにAteam Vietnam Co., Ltd.（2016年12月）、また福岡オフィス（2018年2月開設）を設置している。

また、同社ではIT技術者の人材不足に対応するために、プログラミング未経験者に対するIT技術者育成プログラムにも積極的に取り組んでいる。例えば、同社は、ITエンジニアを養成する講座「エイチームキャンプ」を2012年9月より実施し、エンジニアを採用した実績がある。同プログラムは、意欲の高いプログラミング未経験者を対象として、同社のIT技術者が講師となり、一般的なITエンジニアとして活躍できるレベルまで指導する実践的なITエンジニア育成プログラムである。同社の本社に設けた特設会場で行い、最長3か月間のカリキュラムとなる。また、2016年には、就活生や転職希望者に向けて、同社と株式会社インフラトップと共同でプログラミング短期習得カリキュラムの「エイチーム×WebCampコラボキャンプ」を実施している。

これらとは別に、同社では、同社への応募検討者と同社の技術者との座談会を水曜夜9時から定期的に開催している (<https://www.a-tm.co.jp/recruit/news/event-637/>)。これは、同社への応募を検討している人に対し 同社の社内環境を気軽に見学できる場を提供するものであり、参加に際して、応募の意思表示は不要である。「採用担当者ではなく、最前線の技術者による生の声を聞いてみたい」「ゲーム開発、ウェブサービス開発の現場を見てみたい」「自分でも活躍できそうか、応募する前に実感したい」などの声に応えて、同社の“実際”を見る機会を提供している。

事業セグメント

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 (百万円)	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
売上高	1,145	1,565	3,100	4,357	5,835	7,557	9,193	13,343	18,956
営業利益	92	178	539	632	840	1,298	1,637	1,929	3,077
売上構成比	33%	39%	49%	40%	48%	48%	40%	39%	50%
営業利益構成比	14%	20%	32%	25%	38%	44%	44%	35%	48%
従業員数	-	65	93	146	222	221	253	339	489
平均従業員数	-	-	79	120	184	222	237	296	414
1人当たりの売上高	-	-	39	36	32	34	39	45	46
1人当たりの営業利益	-	-	7	5	5	6	7	7	7

出所：会社データよりSR社作成

*同社は2017年7月期より「ライフスタイルサポート事業」から「EC事業」を分離し、単独セグメントとしている。上表の2014年7月期以降の数字はこの変更を反映した遡及修正値である。

ビジネスモデル

引越し、自動車、ブライダルなどの分野で、比較サイトや情報サイトの企画・開発および運営を行っている。同社が運営する比較サイトで集客した利用者を顧客企業に紹介することから得る見込客送客手数料が主な収入となる。同事業は2006年6月の引越し関連サービスを皮切りに、提供サービスを増やしており、事業全体の利用件数は順調に増加している。また、効率化を進め、ARPU（利用者1人/組あたり売上高）向上を進める一方でCPA（獲得者1人あたり広告宣伝費）上昇抑制も推進している。この結果、同事業の売上高および利益はともに成長トレンドが続いており、連結業績における売上および利益の構成比はともに上昇傾向にある。

「ライフスタイルサポート事業」および「EC」事業の主な動向

2006年6月	現在のライフスタイルサポート事業の初サービスとなる引越し価格の一括見積サイトをオープン
2007年9月	中古車買取価格の一括査定サイトをオープン
2008年10月	結婚式場の検索・予約・情報サイト「すぐ婚navi」（現 ハナユメ）をオープン
2010年7月	女性向け体調管理・悩み相談サイト「ラルーン」をオープン
2013年2月	子会社として株式会社A.T.brides（現 株式会社エイチームブライズ）を設立
2013年8月	子会社として株式会社引越し侍（現 株式会社エイチーム引越し侍）、株式会社A.T.サポート（現 株式会社エイチームコネクト）、株式会社エイチームライフスタイルを設立
2013年12月	キャッシング・カードローン総合検索サイト「ナビナビキャッシング」をオープン

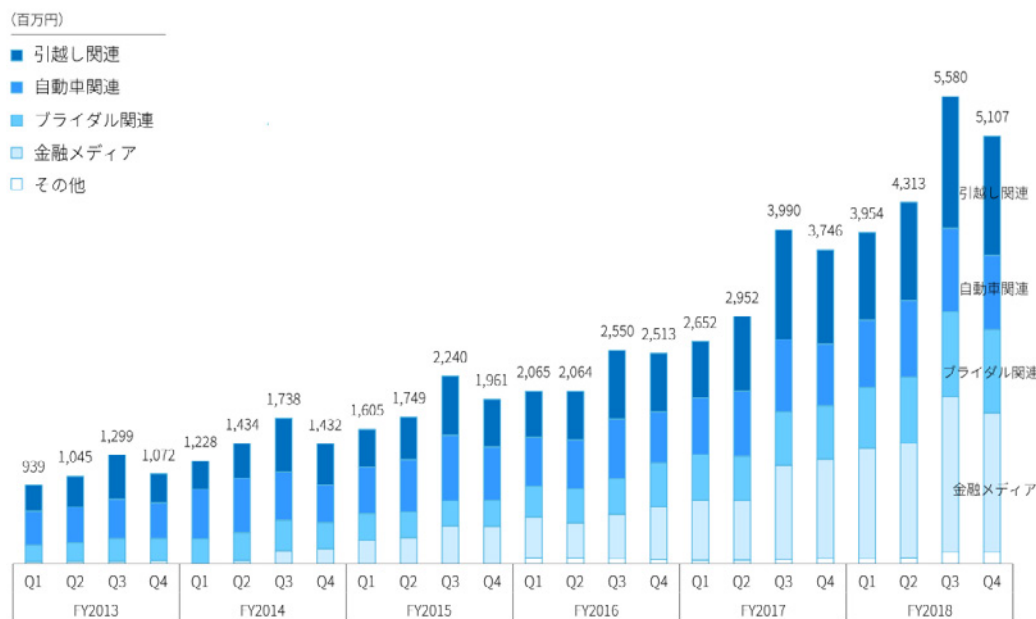
出所：会社資料よりSR社作成

同社では、同事業を、「エンターテインメント事業」の変動を吸収する安定的な収益源と位置付けており、新規分野への展開にも積極的である。なお、同社は2017年7月期より、「ライフスタイルサポート事業」から自転車通販を行う「EC事業」を分離独立させ、新たな柱としている。「ライフスタイルサポート事業」の売上構成比は50%、営業利益構成比は48%（2018年7月期）となる。

同社では、両事業について「継続成長性」を重視している。これらの事業では、「不安の解消」をテーマに日常生活に密着した比較サイト・情報サイトを企画・開発・運営している。両事業における代表的なサービスとしては、引越し関連（引越し比較・予約サイト「引越し侍」）、自動車関連（車査定・車買取サイト「ナビクル」）、ブライダル関連（結婚式場情報サイト「ハナユメ」）、金融メディア（キャッシング・カードローン総合検索サイト「ナビナビキャッシング」）などがある。

「ライフスタイルサポート事業」におけるサービス別売上構成比（2018年7月期）は、金融メディアが約33%、引越し関連が約27%、自動車関連が約19%、ブライダル関連が約19%、その他が約2%となっている（グラフからの読み取り推定値）。なお、同社は、意思決定の迅速化および事業の効率化を図るために、「ライフスタイルサポート事業」の各事業を分担する子会社として、2013年2月に株式会社A.T.brides（現エイチームブライズ。ブライダル関連事業）、2013年8月に株式会社引越し侍（現エイチーム引越し侍。引越し事業）株式会社 A.T.サポート（現エイチームコネクト。引越し関連事業）と株式会社エイチームライフスタイル（自動車関連事業、金融メディア事業、女性向けヘルスケア事業）を設立している。

「ライフスタイルサポート事業」（新基準）におけるサービス別の四半期売上高の推移

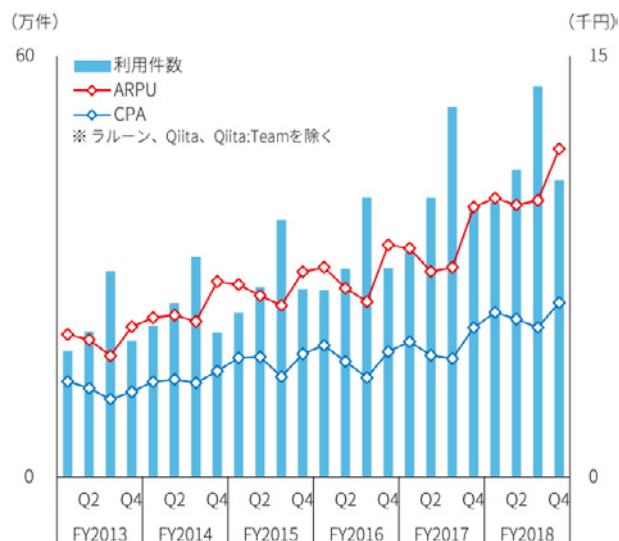


出所：会社資料

「ライフスタイルサポート事業」をビジネスモデルで分類すると、見込客送客手数料が主体のモデル（引越し関連、自動車関連、金融メディア）、広告収入、見込客送客手数料、成約報酬が主体（ブライダル関連）、広告収入が主体のモデル（ラルーン）に大別される。

SR社の推計では、「ライフスタイルサポート事業」全体（ラルーンを除く）の2018年7月期の利用件数は約180万件（過去5年間の平均成長率は約16%）、ARPUは約10,000円（同約16%）、CPAは約5,700円（同約14%）となる。内訳は開示されていないが、相対的に利用者単価が高いのはブライダル関連や金融関連であるが、利益額および利益率では、引越し関連および自動車関連の方が高いようである。

ライフスタイルサポート事業：利用件数、ARPU、CPA

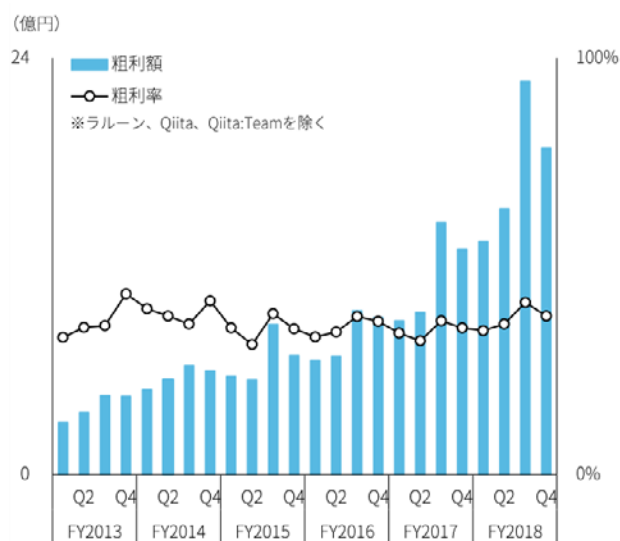


出所：会社資料

*利用件数、ARPU、CPAの定義は、以下の通り。

- ①利用件数：主要サブセグメント4事業のサービス利用件数（売上高が発生したもののみ）の合計（同一利用者が複数サービスを利用した場合は、獲得コストの発生ベースでカウント）
- ②ARPU（Average Revenue per User）：利用者1人/組当たりの売上高÷セグメント売上高÷①利用件数
- ③CPA（Cost per Acquisition）：顧客獲得1人当たりの広告単価÷広告宣伝費÷①利用件数

ライフスタイルサポート事業：粗利益額、粗利益率



出所：会社資料

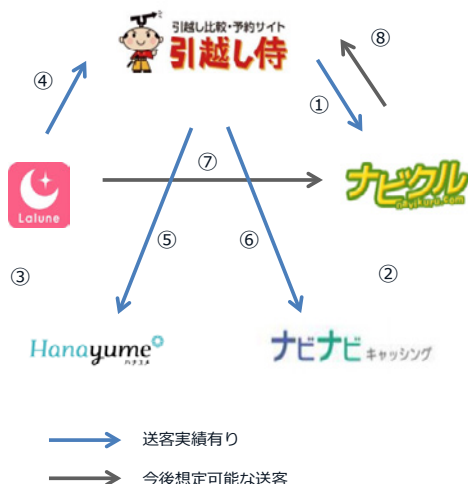
*粗利益額、粗利益率の定義は、以下の通り。

- ④粗利益額：セグメント売上高－（広告宣伝費＋仕入原価）
 - ⑤粗利益率：④粗利益額÷セグメント売上高
- ※仕入原価等は総額計上分（エアコン仕入原価、エアコン工事委託費、ハナユメ定額ウエディング原価、マシェリング仕入原価）が対象

なお、同社ではサービス間で以下のような相互送客を実施している。今後は「ライフスタイルサポート事業」のコアとなる事業の立ち上げに注力し、シナジー効果のさらなる拡大を目指すとしている。

ライフスタイルサポート事業の相互関係

ライフスタイルサポート事業間の送客実績



送客実績のあるもの

- ▷ 引越し侍を使って引越しをした利用者がナビクルで車一括査定を依頼
- ▷ ナビクルで車一括査定を依頼した利用者がカードローン比較サービスを利用
- ▷ ラルーンの利用者がハナユメで結婚式場を探す
- ▷ ラルーンの利用者が引越し侍で引越し業者を比較・予約
- ▷ 引越し侍を使って引越しをしたカップルがハナユメで結婚式場を探す
- ▷ 引越し侍を使って引越しをした利用者がカードローン比較サービスを使う

今後想定可能な送客

- ▷ ラルーンの利用者がナビクルで車の一括査定を依頼する想定
- ▷ ナビクルで車の一括査定を依頼した利用者が引越し侍を使って引越しをする想定

出所：会社資料よりSR社作成

主なサービスの概要は以下の通りである。

引越し関連事業（「引越し侍」）

サービス概要

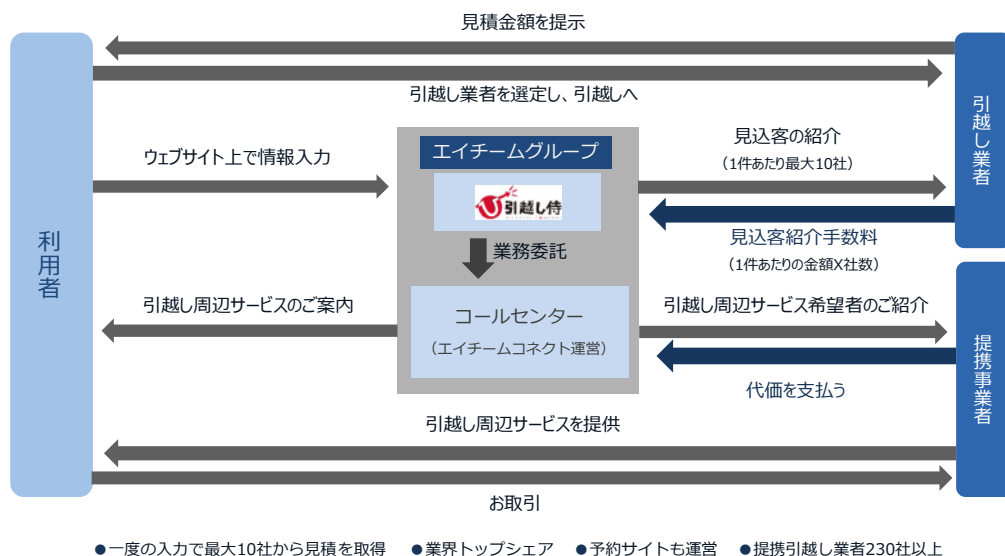
引越し関連事業は、「引越し侍」ブランドで引越し価格の一括見積サイトなどを運営している。「引越し侍」のサイトでは、利用者は1度の入力（現住所・引越し先住所・引越し希望日・荷物の量など）で、同時に最大10社の引越し事業者から引越し料金の見積もりを受けることができる。また、一括見積だけでなく、ネット上で一覧比較・予約サービスも提供している。なお、同社では全国270社以上の引越し事業者と提携している。

同社によれば、国内で引越し事業者を使って引越しをする人の26.2%（2016年末時点）が、同社の「引越し侍」を利用しているという。また、付随サービスとして、引越しに伴い手続きが必要な電話・インターネット回線・新聞等の申し込み紹介サービスなど、引越し前後に利用する関連サービスをコールセンター経由で紹介している。

ビジネスモデル

引越し関連事業の主な収益は引越し事業者に見込客を紹介することに対する紹介手数料および成約報酬である。一方、費用の最大項目は広告宣伝費である。同事業では、集客をGoogleやヤフー社のリスティング広告に依存しており、売上高に対する広告宣伝費は費用の大部分を占めるもようである。また、同事業には、100名強の人員が従事しているもようである。ウェブサイトの運営に加えて、コールセンターの人員も増加するため、他事業に比べて相対的に人員の比率が高くなっている。他事業に比べて顧客単価は低いものの、ARPU（顧客単価）とCPA（獲得者1人当たり広告宣伝費）の差が他事業より大きいため、利益額および利益率は「ライフスタイルサポート事業」の平均値よりも高い水準にある。

引越し関連事業（「引越し侍」一括見積サービス）のビジネスモデル



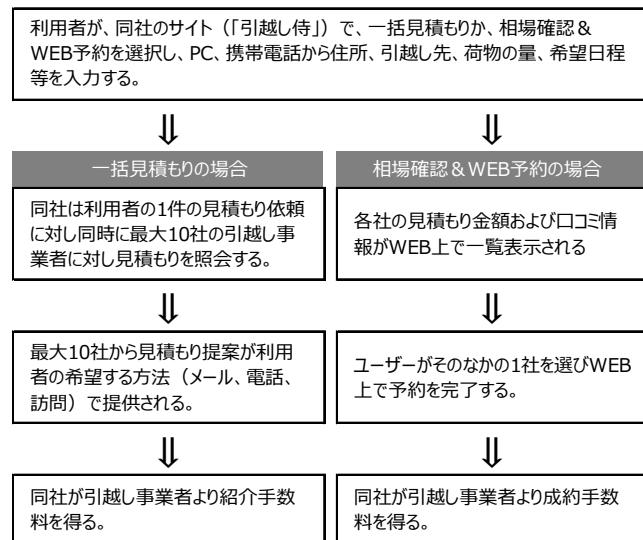
出所：会社資料よりSR社作成

同サービスの持つ強みと戦略

サービス面では、価格優先の「一括見積」に加え、品質優先で煩わしさ低減の「比較・予約」という2つの選択肢を提供できる強みがある。また、多様な周辺サービスの拡充により、充実したサービスポートフォリオ、多様なマネタイズ手法を確立できる。営業面では、提携引越し事業者数270社強を有する点が強みである。また、営業努力を絶やさず、利用者の声をフィードバックする等、提携事業者に付加価値を継続して提供することで、利用者・提携事業者との密接な関係を構築している。マーケティング面では、同社が有する技術力を背景として、高いSEO（検索エンジンの最適化）ノウハウを有しており、効率的な運用により高い利益率を実現している。

今後のマーケット戦略としては、認知度向上のためのマスマーケティングにより、比較サイトを利用せずに引越し業者を選ぶ潜在層にアプローチすることである。また、引越し時に発生する周辺サービスをさらに拡充し、ワンストップ型サービスの確立を目指すとしている。

「引越し侍」のビジネスモデル（サービス提供の流れ）



出所：会社資料をもとにSR社作成

自動車関連事業（「ナビクル」）

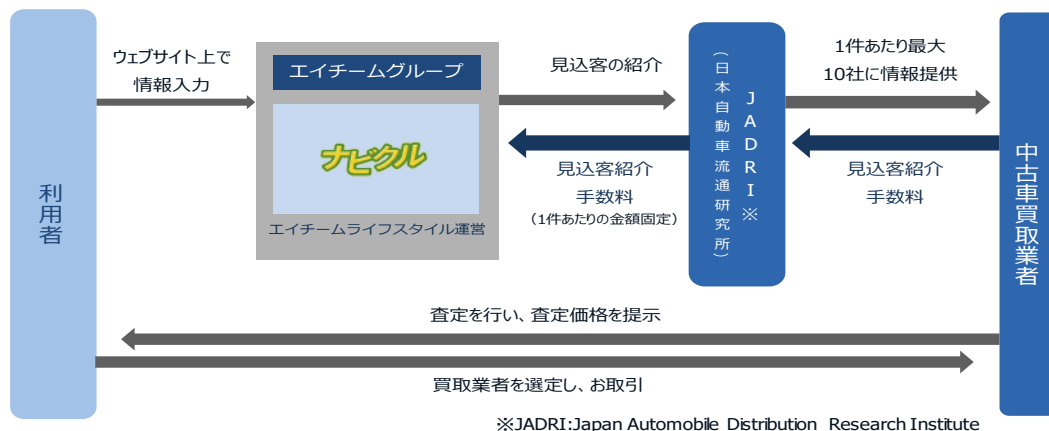
サービス概要

自動車関連事業では「ナビクル」などのブランドで中古車買取価格の一括査定サイトなどを運営している。「ナビクル」のサイトでは、利用者は1度の入力（車種・年式・走行距離など）で、同時に最大10社の中古車買取事業者から買取価格の見積もりを受けることができる。中古車買取事業者の業界団体である一般社団法人日本自動車流通研究所（略称JADRI）を通じてJADRIに加盟する全国の中古車買取事業者と提携しており、同社はサービスを無償で利用者に提供している。

ビジネスモデル

自動車関連事業の主な収益は、中古車買取事業者に見込客を紹介することに対する中古車買取事業者からの紹介手数料である。同事業も、集客はリスティング広告を用いているため、広告宣伝費は費用の大部分を占める。また、同事業にはウェブサイトの運営のために10～20人程度の人員が従事しているようである。他事業に比べてARPU（顧客単価）とCPA（獲得者1人当たり広告宣伝費）の差が他事業より大きいと、利益額および利益率は「ライフスタイルサポート事業」の平均値よりも高い水準にある。

自動車関連事業（「ナビクル」）のビジネスモデル



- 一度の入力で最大10社の中古車買取業者から見積を取得
- 47秒の簡単入力
- 業界トップクラスのシェア

出所：会社資料よりSR社作成

同サービスの持つ強みと戦略

同社では、JADRIと一緒にビジネススキームを構築するとともに、消費者への安全・安心なサービス提供を促進するJPUC（一般社団法人日本自動車購入協会）に所属し、利用者・提携事業者との信頼関係を構築しているとのことである。また、

ソフト開発会社でもある同社は独自の集客システム・WEBマーケティングノウハウおよびその運用体制が強みであるとしている。自動車販売・自動車保険等、周辺サービスを拡充し、顧客1人あたり単価を向上しつつ、収益の積上成長を図っている。

ブライダル関連事業（「すぐ婚navi」。2016年11月8日より「ハナユメ」へサービス名称を変更）

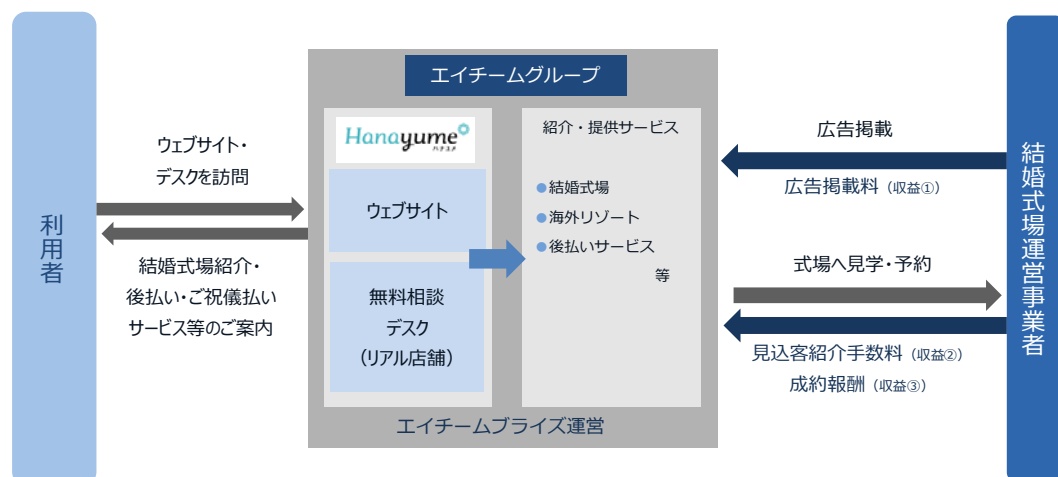
サービス概要

ブライダル関連事業では、「ハナユメ」ブランドで結婚式場（全国約600カ所以上）の見学・予約・情報サイトを運営している。同社では、「6か月以内の空き日程」だからこそお得になるすぐ婚特典をメインコンテンツにすることで、他の結婚式場情報サイトとの差別化を図っていたことからスタートし、「ハナユメ」ブランドにリニューアルして以来より幅広い層にターゲットを広げている。なお、同サービスは、関東、関西、東海、九州、海外の結婚式場と提携している。また、サイト運営だけでなく、直営のウエディングデスク（ハナユメ無料相談デスク）を12店舗（関東3店舗、関西4店舗、東海4店舗、九州1店舗）運営している。

ビジネスモデル

同社はサービスを利用者に無償で提供しており、主な収益はサイトへの情報掲載料、結婚式場に見込客を紹介することに対する紹介手数料および成約した結婚式代金に応じた成約報酬である。同事業の主な費用項目は人件費、広告宣伝費、リアル店舗（ハナユメ無料相談デスク）の家賃などである。リアル店舗を構えているため、同事業に属する人員は約100人強と他の事業に比べて多くなっている。また、広告宣伝費はマス広告などのブランディング広告が主体である。

ブライダル関連事業（「ハナユメ」）のビジネスモデル



出所：会社資料よりSR社作成

同サービスの持つ強みと戦略

結婚式場情報サイト「ハナユメ」は、来店型の相談受付店舗を全国に展開し、ウェブとリアル店舗連携の独自性ハイブリッド型ビジネスモデルを構築したことなどにより、大手の寡占状態だったブライダル分野において独自の存在感を示すことに成功している。同社では、サービス個々のターゲット属性を明確化し、提携事業者や利用者にとって選別しやすく利用しやすいサービスを提供しているとのことである。これに加えて、Webとリアル店舗連携による顧客一元管理の徹底により、提携事業者からの信頼性と高い利用者満足度を実現している。

同社によれば、ネット上だけでアイデアを広げる戦い方では、チャンスを狙うベンチャー企業に追いつかれるリスクがある。ただし、設備投資のリスクを負い、ハードを含めたサービスを展開することで他のベンチャー企業に模倣されにくいビジネスモデルを確立したとしている。

同サービスでは、多様な商品を順次拡充することで、あらゆる利用者層にアプローチし、利用組数の増加およびARPU向上を図っている。上述したように同社のメインターゲットは、「準備期間6か月以内の直近層」や「費用を抑えたい低価格層」を同社のメインターゲットとして、挙式費用が「低から中」レンジの国内挙式層が中心である。これに加えて、新

たな利用層として、ハナユメ定額ウエディングの導入により「準備期間6ヵ月以内」「挙式費用低レンジ」の国内挙式層獲得を進めている。また、国内挙式なし層に対しては、海外ウエディングやフォト等のプロダクトでアプローチしている。

金融メディア事業（「ナビナビキャッシング」）

サービス概要

同事業では「ナビナビ」ブランドで、キャッシング・カードローン総合検索サイト「ナビナビキャッシング」をはじめ、クレジットカード比較・情報サイト「ナビナビクレジットカード」、FX会社比較・情報アプリ「ナビナビFX」、住宅ローン比較・情報サイト「ナビナビ住宅ローン」を運営している。「ナビナビキャッシング」は、厳選した大手銀行、消費者金融のサービスを対象とする徹底比較サイトである。同サイトでは、金利が低い・無利息期間あり・即日融資・収入証明不要など、希望条件に合うサービスを容易に検索できる。

ビジネスモデル

金融メディア事業の主な収益は、サイトで集客した見込客を提携事業者を紹介することに対する紹介手数料である。同事業も、集客はリスティング広告を用いているため、広告宣伝費は費用の大部分を占める。また、同事業にはウェブサイトの運営のために10～20人程度の人員が従事しているもようである。2013年12月に開始した同事業は、他の事業に比べて顧客単価は高いものの、顧客獲得のための広告単価が相対的に高いため、相対的な利益額、利益率は「ライフスタイルサポート事業」の平均値よりも低位にとどまっているもようである。

同サービスの持つ強みと戦略

ソフト開発会社でもある同社は独自の集客システム・WEBマーケティングノウハウおよびその運用体制が強みであるとしている。今後の成長戦略は、既存のキャッシング・カードローン比較サイトで構築したシステムを「ナビナビクレジットカード」、「ナビナビFX」や「ナビナビ住宅ローン」などに横展開することで集客・運用ノウハウを活用し、各種比較サービスの機能を統合した金融メディアプラットフォームを構築する予定としている。さらに、DMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）として確立し、ビッグデータの活用でマネタイズを図るとのことである。

その他の事業

その他にも女性向けヘルスケア事業として、「すべての女性に安心を」をコンセプトとした女性の体調管理・お悩み相談アプリ「ラルーン」を運営している。同アプリの主な収益は、アプリ内に掲載する広告からの収益である。会員数は420万人（2016年6月時点）で、生理日予測・基礎体温管理・体重管理などに加え、コミュニティ機能を充実させ、会員同士の悩み相談などを基本無料で提供する。ラルーンのユーザーアンケートを基に、妊活ニーズをくみ取り、妊活サプリ「minorie（ミノリエ）」も展開している。

ライフエンディングに関する情報検索サイト「Life.（ライフドット）」、不動産売却に関する情報検索サイト「すまいうる」など、新規サービスも次々に立ち上がりつつある。また、2018年7月期の期中にIncrements株式会社を子会社化したことにより、プログラミングに特化したオープンな情報共有コミュニティサービス「Qiita」および社内向け情報共有サービス「Qiita:Team」が加わった。

結婚・就職・出産・葬儀など、人生の各ステージで継続的に利用できるポータルサービスを指向している。人生のイベントを、ゆりかごから墓場まで、「点」を「線」につないでいくとしている。

エンターテインメント事業

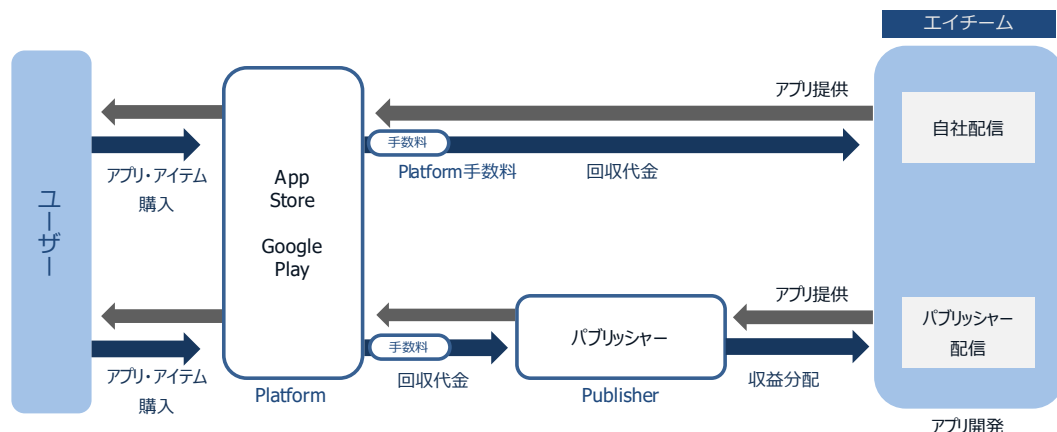
エンターテインメント事業 (百万円)	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
売上高	2,373	2,500	3,278	6,632	6,169	7,914	12,560	19,259	16,168
営業利益	562	705	1,126	1,866	1,409	1,770	2,297	3,821	3,588
売上構成比	67%	61%	51%	60%	51%	50%	55%	56%	43%
営業利益構成比	86%	80%	68%	75%	64%	60%	61%	69%	56%
従業員数	-	144	157	237	263	239	241	264	313
平均従業員数	-	-	151	197	250	251	240	253	289
1人当たりの売上高	-	-	22	34	25	32	52	76	56
1人当たりの営業利益	-	-	7	9	6	7	10	15	12

出所：会社データよりSR社作成

ビジネスモデル

同事業では、「人と人とのつながり（オンライン性）」をテーマに、スマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）向けゲーム・ツールアプリの企画・開発および運営を主に行っている。中核となるゲーム事業では、基本ダウンロードは無料であるが有料オプション（アイテム課金など）などの対価を得ている。2018年7月期において、連結業績に占める「エンターテインメント事業」の売上構成比は43%、営業利益構成比は56%である。

エンターテインメント事業のビジネスモデル



出所：会社資料よりSR社作成

同事業は、従来型携帯電話向け公式サイト関連、ソーシャルアプリ関連、スマートデバイス向けアプリ関連の3つに大別される。同事業では、従来型携帯電話向け公式サイトビジネスから、スマートデバイス向けアプリ中心の収益モデルへの転換が急速に進んでおり、現在はスマートデバイス向けゲームアプリの開発に注力している。ゲームアプリの配信は、日本語、英語圏は基本的に自社で行っている。また、ユーザーの動向が類似する欧州に関しても、自社配信を進めているとのこと。市場が独特な、中国本土と韓国は、現地のパブリッシャー経由で配信している。

タイトル別の売上規模は、月商1億～2億レンジのタイトルが2本、月商5億以上のタイトルが2本となっている。（2018年7月末現在、各タイトルのグローバルでの売上合計値に基づく）

なお、ゲーム開発については、プロジェクト制になっており、タイトルごとにディレクターやプランナー、プログラマなどが所属するチームを構成している。また、新規開発においては、リリース後の運用を考慮して設計することである。コードの可読性やアップデートの仕組みなど基本的なことはもちろん、運用時に必要になってくるプログラムの部品化なども事前に考えて設計としている。

タイトル別累計ダウンロード数

タイトル名	対象OS		リリース期	累計ダウンロード数
	App Store	Google Play		
ヴァルキリーコネクト	2016/06/09	2016/06/09	FY2016	2018/08/16 1500万DL
三国志大戦スマッシュ!	2015/03/26	2015/03/26	FY2015	2018/09/14 700万DL
ユニゾンリーグ	2014/12/04	2014/12/04	FY2015	2018/06/13 950万DL
レギオンウォー	2013/08/08	2013/10/22	FY2014	2018/09/21 250万DL
ダービーインパクト	2013/05/24	2013/05/23	FY2013	2018/06/28 950万DL
ZeroAPPシリーズ	2012/09/27	2012/09/27	FY2013	2016/05/31 1000万DL
ダークサマー	2012/02/24	2012/07/18	FY2012	2016/07/19 850万DL

出所：会社資料などをもとにSR社作成

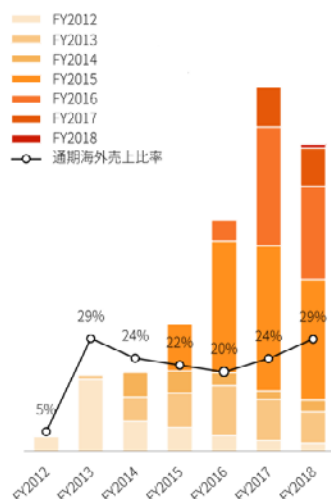
同サービスの持つ強みと戦略

同事業の強みとして、自社によるオリジナル開発とヒット率の高さがあるとしており、社内開発を中心に年間1〜3本のペースでゲームをリリースしている。グローバル視点で徹底的なマーケティング調査を行っており、高い確率でヒットを創出するとのことである。また、定期的に新ジャンルにも挑戦している。さらに、海外市場におけるプロモーション・マネタイズ・運営ノウハウおよびユーザーベースの確保も強みとのことである。同社では、北米モバイルゲーム市場の黎明期から同市場にチャレンジしており、ノウハウを蓄積している。また、海外に本格参入した2012年7月期以降、着実にコアファン層を獲得しているとしている。

同社では、今後もゲームアプリの年間リリース1〜2本を目標にするとしており、リソース配分の最適化を図りつつ、高ヒット率維持を狙うとのことである。これにより、国内のみならず、海外のモバイルゲーム市場でのさらなる成長を狙っている。なお、海外については、引き続き北米市場でのさらなる成長を狙うとのことである。また、北米市場で培ったノウハウを活かし、北米の傾向と類似しているヨーロッパ市場に本格参入するとともに、アジア市場では繁体字圏（台湾・香港・マカオ）をさらに強化するとしている。中長期的には、有望と判断される市場をさらなるターゲットとし、参入エリアを増やしていくとのことである。2018年7月期までは自社オリジナルがメインであったが、今後はパートナー企業との協業にも注力していくとしている。

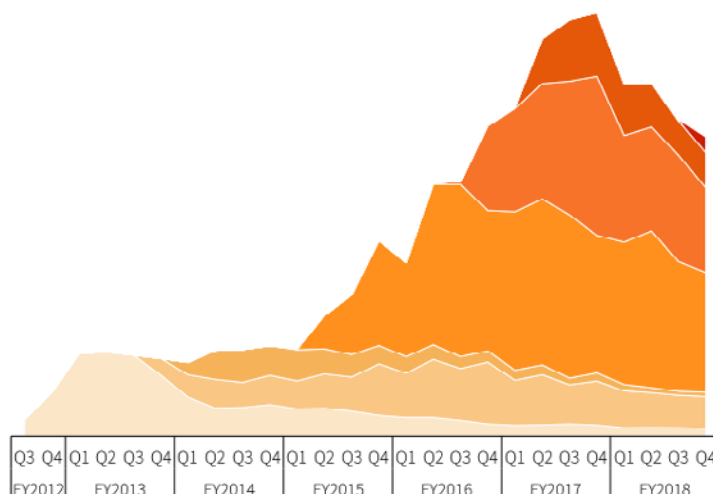
リリース年度別自社ネイティブゲームの売上高の推移

リリース年度別通期売上高の推移



出所：会社資料よりSR社作成

リリース年度別四半期売上高の推移



自社オリジナル開発タイトル

タイトル (リリース順)	1億円以上←	→1億円以下	ヒット率
FY07/16  ヴァルキリーコネクト		  BBG Trivia Saga	1 of 3 succeeded
FY07/15  ユニゾンリーグ	 三国対戦スマッシュ!	 ボンゴコンボ	2 of 3 succeeded
FY07/14  レギオンウォー			1 of 1 succeeded
FY07/13  ダービーインパクト		 ダークラビリンス	1 of 2 succeeded
FY07/12  ダークサマナー		 コーデマイショッパ	1 of 2 succeeded

出所：会社資料よりSR社作成

*上図以外に、2017年7月期に「放課後ガールズドライブ」、2018年7月期に「三国BASSA!!」などをリリースしている。

エンターテインメント事業の主な動向

2003年12月	現在のエンターテインメント事業の初サービスとなる携帯電話向け公式サイトをオープン
2006年9月	KDDI株式会社 EZアプリ (BREW) 初のMMORPG「エターナルゾーン」をリリース
2008年10月	同社初のスマートフォンアプリをリリース
2009年8月	同社初のSNS向けソーシャルアプリをリリース
2011年8月	グリー株式会社と業務提携
2012年9月	大阪に開発拠点「大阪オフィス」をオープン
2013年12月	NHNエンターテインメントと業務提携
2014年1月	NHNエンターテインメントとの合併会社株式会社Ateam NHN Entertainmentを設立
2015年9月	東京に開発拠点「東京オフィス」をオープン
2017年2月	開発拠点エイチームベトナムを設立
2018年2月	福岡に開発拠点「福岡オフィス」をオープン

出所：会社資料よりSR社作成

現在のスマートデバイス向けアプリ関連サービスの概要は、以下の通りである。

サービス概要

同サービスでは、スマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）向けアプリの企画・開発および運営をしており、米国Apple Inc.のiOS搭載端末向けおよび米国Google Inc.のAndroid搭載端末向けに、ゲームアプリ・きせかえアプリ・その他エンターテインメントアプリなどを提供している。主なゲームタイトルおよびツールアプリの概要は以下の通りである。

エンターテインメント事業のゲームおよびツールアプリ（2018年7月期末現在）

ゲームアプリ	ツールアプリ
ミッドコアRPG（ロールプレイングゲーム）	SNS
ヴァルキリーコネクト	メモリ解放
ユニゾンリーグ	Game Boost Master
レギオンウォー	ジャム
ダークサマナー	スマホきせかえ
三国BASSA!!	[+]HOME
アクション	ZeroAppシリーズ（便利ツール）
三国大戦スマッシュ！	快眠サイクル時計
シミュレーション	楽々カロリー管理
ダービーインパクト	アイトレ3D
パズル	3分フィットネス
ポンゴコンボ	さくさく英単語
麻雀	
麻雀雷神 - Rising -	
公式サイト	
エターナルゾーン	
ミリオンヴァース	

出所：会社資料よりSR社作成

主なゲームタイトルの概要

タイトル名	概要
ヴァルキリーコネクト	「ヴァルキリーコネクト」は、エイチームの代表作「ユニゾンリーグ」の制作スタッフが手掛ける至高のハイファンタジーRPGゲーム最新作である。北欧神話をベースにした与田想氏による本格的なシナリオ、桜庭統氏による幻想的なサウンド、廣岡政樹氏による魅力的なキャラクターたち、そして豪華声優陣がキャラクターを演じることで全く新しい北欧神話の世界観を創り出している。ゲームの特長としては、オートバトルで誰でもカンタンに楽しめるRPGとなっている。さらに最大15キャラで戦う「コネクトバトル」で全国のプレイヤーと共闘を楽しめる。
三国大戦スマッシュ！	「三国大戦スマッシュ！」は根強い人気の三国志をモチーフにした爽快ひっぱり大戦アクションバトルゲームである。プレイヤーは三国志のキャラクターで部隊を編制し、乱舞や計略といった必殺技を駆使しながら攻略していく。ユニットをひっぱり弾くだけで、カンタンにド派手なバトルを楽しむことができ、部隊編制によって変化する必殺技が戦局を左右します。ド迫力の超必殺技《乱舞》による爽快な演出や、かつてないPVPシステムによるランキングバトルなど、緊張感のある白熱バトルが楽しめるゲームアプリとなっている。
ユニゾンリーグ	「ユニゾンリーグ」は、友達と一緒にバトルや必殺技を決めるなど、リアルタイムにわいわい楽しめるゲームである。PVPならではの白熱のギルドリーグバトルや、プレイスタイルが異なる5つの基本クラスを上位職へ成長させるなど、やり込み要素満載のゲームである。アニメのようなポップで格好いいキャラクターや世界観がゲームを魅力的に演出する。
レギオンウォー	「レギオンウォー」は国境を越え世界中の国の人々と対戦ができる「リアルタイムギルドバトルRPG」である。白熱のギルドバトルでは仲間と協力することで大迫力の連携攻撃が発動し、かつてない躍動感溢れる戦いが体感できる。またウォリアーとモンスターの組み合わせで自由度の高いパーティ編成を楽しめる。登場するキャラクターは500種類以上！太古の文明をモチーフにした美麗なキャラクターが、正統派ファンタジーの世界を盛り上げます。
ダービーインパクト	累計800万ダウンロードを突破した「ダービーインパクト」は、騎手・馬・競馬場・レース全て実名を使用し、フル3Dグラフィックでレースシーンを再現した競走馬育成シミュレーションゲームである。プレイヤーは競走馬のオーナーとなり、馬の生産、調教、レース出走を繰り返しながら最強馬の育成を目指す。5分に1度開催されるVSレースでは、全国のライバルオーナー達とオンライン上でリアルタイムにレースを行う。
ダークサマナー	世界中で人気の高い「ダークファンタジー」をテーマにした「ダークサマナー」は、全世界累計850万ダウンロードを突破した、オンラインモンスターバトルゲームである。雨宮慶太氏、葦沢靖氏、篠原保氏等の有名クリエイターが描く総勢1,500種類以上のド迫力のモンスター達を仲間にし、過酷なミッションや強大なボスに挑む臨場感たっぷりのゲームである。
麻雀 雷神-Rising-	「麻雀 雷神-Rising-」は、「無料」で遊べる本格3D麻雀である。最高品質の3DグラフィックとAIを搭載した、累計800万ダウンロードを突破した大人気のアプリである。オフラインの対局だけでなく、全国の人とオンラインでの対局や、友達との対局が可能である。段位機能やランキング機能を搭載しており、本格的な麻雀の世界を体験することができる。

エターナルゾーン	「エターナルゾーン」は2006年に国内初の従来型携帯電話向けMMORPGとしてサービスを開始し、同時に数万人のプレイヤーが接続してプレイすることが可能な“オンラインRPG”である。最大3人制のパーティを組み巨大なモンスターと対戦したり、定型文チャットでコミュニケーションを楽しみながら、冒険するオンラインゲームである。
快眠サイクル時計	累計1,000万ダウンロードを突破したZeroAppシリーズのアラームアプリ。「快眠サイクル時計」は端末の加速度センサーを使い睡眠中のレム睡眠、ノンレム睡眠を分析して最適なタイミングでアラームが作動するアプリである。

出所：会社資料よりSR社作成

注：発売時期の新しい順（直近から過去の順）に記載している。

EC事業

EC事業 (百万円)	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
売上高	-	-	-	-	32	357	1,215	2,001	2,550
営業利益	-	-	-	-	-35	-115	-173	-179	-212
売上構成比	-	-	-	-	0%	2%	5%	6%	7%
営業利益構成比	-	-	-	-	-2%	-4%	-5%	-3%	-3%
従業員数	-	-	-	-	12	24	30	46	62
平均従業員数	-	-	-	-	6	18	27	38	54
1人当たりの売上高	-	-	-	-	5	20	45	53	47
1人当たりの営業利益	-	-	-	-	-6	-6	-6	-5	-4

出所：会社データよりSR社作成

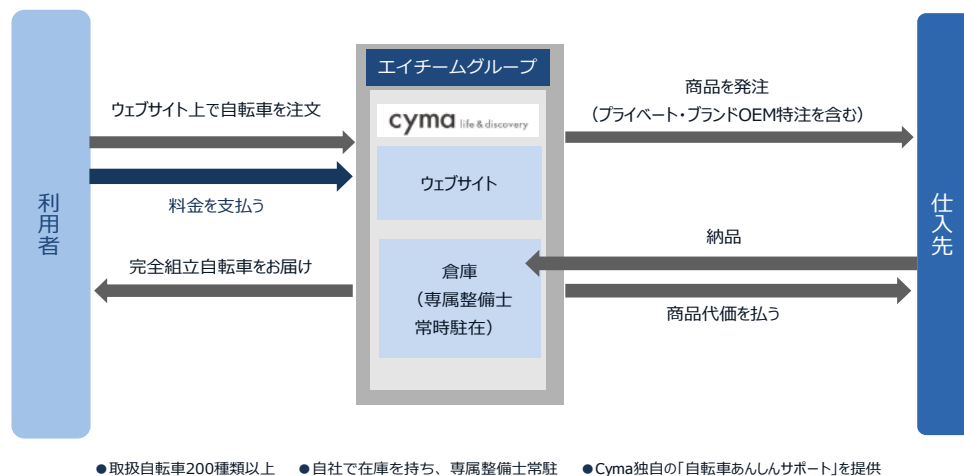
*同社は2017年7月期より「ライフスタイルサポート事業」から「EC事業」を分離し、単独セグメントとしている。上表の2014年7月期以降の数字はこの変更を反映した遡及修正値である。

ビジネスモデルおよびサービス概要

EC事業は、2017年7月期に「ライフスタイルサポート事業」から分離独立してできた新たなセグメントである。2018年7月期連結決算における同事業の構成比は、売上高が同7%、営業利益が-3%である。

同事業では自転車専門通販サイト「cyma-サイマ-」を運営している。同サイトでは、シティサイクルから本格的なスポーツ車まで、200種類以上の自転車を取り扱っている。同事業の主な収益は、利用者から得る商品（自転車および付属品）の販売代金である。また、10,000台程度（約1.5～2か月分）の在庫を有している。SR社の推定では、同事業の利用者単価は4万円程度だとみられる。また、費用の半分強が仕入れ原価となり、その他の主な費用は配送料、人件費、組み立て工場などの賃料、広告宣伝費（ウェブ広告およびTV・ラジオCM）などがあるとみられる。2013年12月スタートの事業であり、当面は黒字化よりも、フルフィルメント（商品受注から決済に至るまでの業務全般）の強化を継続しつつ、通期の黒字化を目標としている。

EC事業（「cyma-サイマ-」）のビジネスモデル



出所：会社資料よりSR社作成

同サービスの持つ強みと戦略

「cyma-サイマ-」では、通常の小売店では提供できない幅広いラインナップを提供する一方で、出張修理にも対応するなど、通販でありながらアフターサービスの安心感も提供している。店舗を持たないため、通常の小売店に比べて、固定費圧縮や仕入・在庫管理強化が可能となる。また、他の通販サイトと違い、「cyma-サイマ-」では、自社整備工場を3カ所（関東・東海・関西）有し、全品自社専属の整備士が整備を行い、組み立て済みですぐ乗れる状態の完成車を販売し、自宅まで届けている。また、法人顧客の一括大量注文やプレゼントとして第3者への自転車ギフト贈呈にも対応可能である。さらに、1年間の無料出張修理など、「cyma-サイマ-」独自の「自転車あんしんサポート」を提供している。これにより、パンクやチェーンの修理費用が1年無料となる。同社では、自社のサービスを「町の自転車屋」×「総合ネット通販」双方のメリットを集約した独自性の高い「自転車専門EC」サービスであるとしている。

「cyma-サイマ-」と他社のサービスとの比較

	納品状態	品揃え	補償制度	不要自転車の回収
町の自転車屋	◎	△	○	△
	すぐ乗れる状態	店頭+取り寄せ	店頭への持込みが必要	店舗によって異なる
総合ネット通販	△	◎	△	△/×
	自分で組立て	豊富な品揃え	メーカー補償前提	自治体による有料回収
cyma (-サイマ-)	◎	◎	◎	◎
	資格を持つ整備士が常駐 自社工場で組立、検品、出荷を行う	常時1万台以上の在庫 メーカー直送や海外直送は行わない	自転車ロードサービスが1年間無料 24時間365日あんしんサポート	メーカー・故障の有無に関わらず、所有する自転車を無料で引取り

出所：会社資料をもとにSR社作成

同社では、グループ内他事業である引越し関連事業で構築した引越し業者とのリレーションを活用し、配送網を効率化し、徹底した品質管理、スピーディな出荷対応、きめ細やかなサービス・カスタマーサポートを心がけ、ユーザーメリットを追求し続けることでさらに参入障壁を高めるとのことである。同社では、町の自転車屋が減っていくなかで、自転車のような大型商材におけるEC化のニーズが高まっていくと予測している。このため、自転車の国内販売・輸入台数における目標マーケットシェアを、市場への浸透・定着期の初期目標（3%）、市場での地位確立期の中期目標で国内B2C-EC化率*を上回る水準（6.8%）、長期目標では一般的に消費者の間でブランドが広く認知される水準（10.9%）としており、自転車通販No.1サイトを目指している。さらに自転車以外の商材を取り扱うことも検討予定としている。

*2015年の物販系分野全体のB2C-EC化率は前年比0.38ポイントアップの4.75%（経済産業省調べ）

グループ会社一覧

同社のグループ会社および担当領域は、以下の通りである。

グループ企業および担当領域

会社名	セグメント	主な事業概要	同社との関係
同社	エンターテインメント事業 EC事業 新規事業の企画 共通部門	スマートデバイス向けゲーム・ツールアプリの企画・開発・運営 ECサイトの企画・開発・運営 新規事業の企画	—
株式会社エイチームブライズ (旧株式会社A.T.brides)	ライフスタイルサポート事業	ブライダル関連事業	100%連結子会社
株式会社エイチーム引越し侍 (旧株式会社引越し侍)	ライフスタイルサポート事業	引越し関連事業	100%連結子会社
株式会社エイチームコネクト (旧株式会社A.T.サポート)	ライフスタイルサポート事業	テレマーケティング事業	100%連結子会社
株式会社エイチームライフスタイル	ライフスタイルサポート事業	自動車関連事業、金融メディア事業および女性向けヘルスケア事業	100%連結子会社
Ateam Vietnam Co., Ltd.	エンターテインメント事業	スマートデバイス向けゲーム・ツールアプリの開発・運営	100%連結子会社
Increments株式会社	ライフスタイルサポート事業	プログラマ向け技術情報共有サービス	100%連結子会社

出所：会社資料よりSR社作成

収益性分析

コスト構造

同社の費用構造をみると、2012年7月期から2016年7月期にかけて、売上高原価率が低下する一方で、販管費率は上昇している。これは、スマホ向けアプリの比率上昇に伴いエンターテインメント事業の販管費が上昇したことに加えて、2012年7月期以降に販管費率の高いライフスタイルサポート事業の比率が上昇したためである。

同社によれば、ライフスタイルサポート事業では、専門サイトに集客した利用者を顧客企業に紹介することで収益を計上しているが、同事業ではいったんサイトを立ち上げれば、サイトの開発費負担は軽微にとどまるものの、その後は利用者をサイトに集客するためのネット広告費が必要となる。そのため、相対的に広告宣伝費の比率が高くなることである。ただし、ブランド認知度や、運営するサイト間での相互紹介などの比率が高まれば、この広告費の比率も低減に向かうとみられる。実際、2017年7月期以降は、販管費の比率は下落している。

業績 (百万円)	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結	YoY(%)
売上高	3,518	4,064	6,380	10,990	12,036	15,829	22,968	34,603	37,674	8.9%
Y/Y (%)	14.4%	15.5%	57.0%	72.3%	9.5%	31.5%	45.1%	50.7%	8.9%	-
ライフスタイルサポート事業	1,145	1,565	3,100	4,357	5,834	7,557	9,193	13,343	18,956	42.1%
エンターテインメント事業	2,373	2,500	3,278	6,632	6,169	7,914	12,560	19,259	16,168	-16.0%
EC事業	-	-	-	-	32	357	1,215	2,001	2,550	27.4%
売上原価	1,288	906	928	1,393	2,133	2,390	3,615	5,670	6,961	22.8%
原価率 (%)	36.6%	22.3%	14.5%	12.7%	17.7%	15.1%	15.7%	16.4%	18.5%	-
販売管理費	1,984	2,709	4,381	7,880	8,451	11,351	17,140	24,856	26,012	4.7%
販売管理費率 (%)	56.4%	66.7%	68.7%	71.7%	70.2%	71.7%	74.6%	71.8%	69.0%	-
費用総額 (売上原価+販売管理費)	3,272	3,616	5,309	9,273	10,584	13,741	20,755	30,525	32,973	8.0%
人件費・採用費	-	1,297	1,540	2,083	2,638	2,816	3,250	3,807	4,754	24.9%
広告宣伝費	758	1,035	2,331	4,310	4,279	6,430	9,335	14,018	14,805	5.6%
ライフスタイルサポート事業	-	907	1,914	2,673	3,422	4,578	5,109	7,547	10,385	37.6%
エンターテインメント事業	-	125	399	1,571	789	1,651	3,748	5,895	3,785	-35.8%
EC事業	-	-	-	-	8	61	221	335	330	-1.5%
広告宣伝費率 (%)	37%	25%	37%	39%	36%	41%	41%	41%	39%	-
ライフスタイルサポート事業	-	58%	62%	61%	59%	61%	56%	57%	55%	-
エンターテインメント事業	-	5%	12%	24%	13%	21%	30%	31%	23%	-
EC事業	-	-	-	-	25%	17%	18%	17%	13%	-
支払手数料等	-	530	624	1,600	1,737	2,586	4,592	7,318	6,117	-16.4%
外注・サーバー費	-	218	250	528	826	785	1,035	1,198	2,277	90.1%
オフィス賃料	-	151	190	337	420	433	728	879	1,080	22.9%
その他 (費用総額-上記費用)	-	383	371	411	682	706	3,340	3,303	3,937	19.2%
営業利益	246	449	1,071	1,717	1,452	2,088	2,213	4,078	4,701	15.3%
Y/Y増 (%)	-2.3%	82.7%	138.5%	60.4%	-15.4%	43.8%	6.0%	84.3%	15.3%	-
ライフスタイルサポート事業	92	178	539	632	840	1,298	1,637	1,929	3,077	59.5%
エンターテインメント事業	562	705	1,126	1,866	1,409	1,770	2,297	3,821	3,588	-6.1%
EC事業	-	-	-	-	-35	-115	-173	-179	-212	-
共通部門費	-408	-434	-594	-781	-762	-865	-1,549	-1,493	-1,751	-
営業利益率 (%)	7.0%	11.0%	16.8%	15.6%	12.1%	13.2%	9.6%	11.8%	12.5%	-
ライフスタイルサポート事業	8.0%	11.4%	17.4%	14.5%	14.4%	17.2%	17.8%	14.5%	16.2%	-
エンターテインメント事業	23.7%	28.2%	34.4%	28.1%	22.8%	22.4%	18.3%	19.8%	22.2%	-
EC事業	-	-	-	-	-109.4%	-32.2%	-14.2%	-8.9%	-8.3%	-
経常利益	240	446	1,048	1,719	1,470	2,164	2,095	4,118	4,730	14.9%
税引前当期純利益	95	436	1,008	1,688	1,364	2,091	1,858	3,854	4,733	22.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	59	258	591	1,042	808	1,362	1,292	2,580	3,306	28.2%
従業員数(有報)	219	253	292	446	531	528	579	678	890	-
従業員数(プレゼン資料)	-	261	300	446	541	530	583	718	955	33.0%
ライフスタイルサポート事業	-	65	93	146	222	221	253	339	489	44.2%
エンターテインメント事業	-	144	157	237	263	239	241	264	313	18.6%
EC事業	-	-	-	-	12	24	30	46	62	34.8%
共通	-	52	50	63	44	46	59	69	91	31.9%
平均従業員数	207	236	281	373	494	536	557	651	837	28.6%
ライフスタイルサポート事業	-	-	79	120	184	222	237	296	414	39.9%
エンターテインメント事業	-	-	151	197	250	251	240	253	289	14.3%
EC事業	-	-	0	0	6	18	27	38	54	42.1%
共通	-	-	51	57	54	45	53	64	80	25.0%

出所：会社データよりSR社作成

*同社は2017年7月期より「ライフスタイルサポート事業」から「EC事業」を分離し、単独セグメントとしている。上表の2014年7月期以降の数字はこの変更を反映した遡及修正値である。

財務指標

収益性 (百万円)	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
売上高	3,518	4,064	6,380	10,990	12,036	15,829	22,968	34,603	37,674
売上原価	1,288	906	928	1,393	2,133	2,390	3,615	5,670	6,961
売上原価率	36.6%	22.3%	14.5%	12.7%	17.7%	15.1%	15.7%	16.4%	18.5%
売上総利益	2,230	3,158	5,452	9,597	9,904	13,439	19,353	28,933	30,714
売上総利益率	63.4%	77.7%	85.5%	87.3%	82.3%	84.9%	84.3%	83.6%	81.5%
販管費	1,984	2,709	4,381	7,880	8,451	11,351	17,140	24,856	26,012
販管費率	56.4%	66.7%	68.7%	71.7%	70.2%	71.7%	74.6%	71.8%	69.0%
営業利益	246	449	1,071	1,717	1,452	2,088	2,213	4,078	4,701
営業利益率	7.0%	11.0%	16.8%	15.6%	12.1%	13.2%	9.6%	11.8%	12.5%
EBITDA	363	531	1,177	1,809	1,657	2,303	2,594	4,556	5,199
EBITDAマージン	10.3%	13.1%	18.5%	16.5%	13.8%	14.5%	11.3%	13.2%	13.8%
純利益率（マージン）	1.7%	6.4%	9.3%	9.5%	6.7%	8.6%	5.6%	7.5%	8.8%
財務指標									
総資産経常利益率（ROA）	14.2%	25.9%	42.3%	44.1%	29.0%	32.9%	24.3%	36.2%	31.7%
自己資本純利益率（ROE）	8.0%	28.4%	38.9%	37.9%	21.2%	33.9%	29.1%	41.8%	41.8%
総資産回転率	2.08	2.36	2.58	2.82	2.37	2.41	2.66	3.04	2.52
運転資金（千円）		607	1,153	1,120	1,237	1,738	2,687	3,736	4,342
流動比率	182.7%	203.8%	234.9%	331.0%	308.9%	173.6%	167.6%	188.5%	262.8%
当座比率	167.7%	182.2%	219.6%	271.6%	267.5%	135.3%	154.5%	175.6%	241.5%
営業活動によるCF/流動負債	0.73	0.58	0.90	0.97	0.99	0.68	0.45	0.74	0.58
負債比率	109.7%	73.5%	57.7%	32.4%	31.1%	91.0%	89.0%	76.2%	43.3%
営業活動によるCF/負債合計	0.5	0.5	0.7	1.0	0.9	0.5	0.4	0.6	0.6
運転資金増減	-	59	546	-33	118	501	949	1,048	606

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

市場とバリューチェーン

市場概況

ライフスタイルサポート

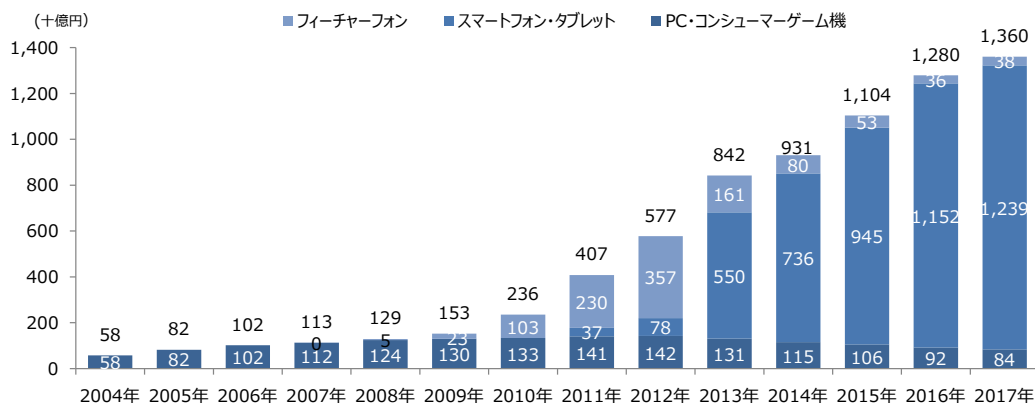
市場データやアプリ分析を提供するApp Annieは、調査レポート「収益モデル別アプリ市場規模予想」（2017年6月29日公開）において、モバイルアプリのグローバル市場規模は2016年の1兆1,800億ドルから2021年には6兆100億ドルに拡大すると予想している。ユーザー数（デバイス基盤）の拡大（2016年34億人→2021年予想63億人）とアプリ総利用時間の拡大（2016年1兆6,000億時間→2021年予想3兆5,000億時間）が要因。また、技術革新や商取引のモバイル化により、全世界のユーザー1人当たりのモバイルアプリ年間支出額は2016年の379ドルから2021年には1,008ドルに増加するとの前提。

アプリストア消費者支出額の過半数を現在ゲームアプリが占めており、ゲームアプリは2016年から2021年にかけて2倍になるとの予想。一方、非ゲーム系アプリの支出額は同期間において3倍に増加すると見込んでいる。アプリ利用の広まりとマネタイズモデルの普及により、動画、音楽、マッチング、教育、仕事効率化などといった分野でのアプリストア購入とサブスクリプションが増加するとの前提が背景。

エンターテインメント

「JOGAオンラインゲーム市場調査レポート2018（日本オンラインゲーム協会（JOGA））」によれば、2017年の国内オンラインゲーム市場の規模は前年比6.3%増の1兆3,603億円であったとしている。内訳は、PCを中心とするオンラインゲーム市場が836億円（前年比9.3%減）、フィーチャーフォンを中心とするソーシャルゲーム市場が379億円（同6.5%増）、スマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）向けゲーム市場が1兆2,388億円（同7.6%増）となった。市場全体では、増加傾向にあるが、スマートデバイス向けが伸びる一方で、PC向けの減少傾向が続いている。

国内オンラインゲーム市場の推移



注：JOGAオンライン市場レポートなどをもとにSR社作成

インターネット白書2018年版（インターネット白書編集委員会・編）では、国内オンラインゲーム市場の成長にはスマートフォン＆タブレット向けのネイティブアプリの成長が貢献していると指摘している。そして、その背景に、高ARPU構造（スマートフォン＆タブレットARPU8,075円）があるが、ARPUはあくまでも平均値であり、実際には月額数百円のユーザーもいれば、月に数十万円、年間で数百万円という高額を投じるユーザーも実際に存在すると指摘。基本料無料という、プレイへのハードルを限りなく低く設定した上で、支払いをしてゲームを進める段階になると高ARPUとなる構造において、とりわけ消費者がついお金を使ってしまう仕組みとして「ランダム型アイテム提供方式（いわゆるガチャ）」がある。一方、メーカーサイドでは、開発が年々増加していることが高ARPU構造の要因として挙げられるとしている。スマートフォン＆タブレットにおける2016年の平均的な1タイトル当たりゲーム開発費は前年比30%増の164百万円、製作期間も約12カ月と長い。スマートフォン端末の高性能化、表面画面の高精細化に伴い、ゲーム内容そのものが深まっているだけでなく、

グラフィックスや、キャラクター/シナリオごとに細かく割り振られた音声など、ゲームを構成するのに欠かせない素材も多彩になってきており、開発高騰の理由になっているとしている。

国内オンラインゲーム市場は、2015年に「1兆円産業」となり、その後も拡大を続けている。消費者の関心事の1つであったガチャについて表示の透明性に関する提起がなされるなど、ゲームを提供する企業個社の問題という狭い範囲ではなく、娯楽として、消費者生活の一部として、プラットフォームを含めた業界全体や行政をも巻き込んで、解決が図られてきていると言える。今後、さらに機器や通信の進歩が起こるたびに、それに応じたゲームの姿やビジネスモデルが発明されていくと考えられる。そのときに、消費者保護の観点と遵法意識を忘れずに対応を取っていけることこそが、「1兆円産業のその先」のために必要なことだと思われる。と当白書は総括している。

また、Newzooの調査 (Global Games Market Report 2017) によれば、世界のゲームソフト産業の市場規模は2016年の1,011億米ドルから、2020年には1,285億米ドルに成長すると予測している。このうち、エイチーム社が強みとする、モバイルゲームについては、2016年の386億米ドルから、2020年には649億米ドルに成長。ゲームソフト産業におけるモバイルゲームの構成比も、2016年の39%から、2020年には50%に上昇するとしている。

規制

2012年5月18日、消費者庁はコンプガチャ*について、景品表示法に違反していると判断した。この判断により、ソーシャルゲーム業界では、同年7月からコンプガチャが禁止されることとなった。

ガチャ：アイテムや、カードを指定して入手するのではなく、ランダムで入手するシステムをいう。また、コンプリートガチャ（コンプガチャ）とは、ガチャの1種で、ランダムに入手できるアイテムカードを一定枚数揃える（コンプリート）ことで、稀少なアイテムやカードを入手できるシステムのことである。

コンプガチャは、射幸性が強く、業界のARPU拡大に寄与してきた。このため、ソーシャルゲーム業界では、ネイティブアプリゲームの普及に伴い、業界全体として特定のヘビーユーザーからの課金額を高めるよりは、裾野の広がりにより売上の向上を目指す動きが、広まりつつある。また、関係機関や同業他社等と適時適切に連携し、ユーザーが安心して同社のサービスを利用できるよう、ガイドラインの整備とその実践に取り組んでいく動きが活発化している。

競合企業

ライフスタイルサポート事業では、サービスごとに競合が異なっている。中核の引越し関連事業では、株式会社ウェブクルー（株式会社ニュートン・フィナンシャル・コンサルティング（東証JQS7169）の完全子会社で未上場）、自動車関連事業では、株式会社カービュー（ヤフー株式会社の完全子会社で未上場）、ブライダル関連事業では、株式会社リクルートホールディングス（東証1部6098）が運営する結婚情報サイト・ゼクシー、金融メディア事業では株式会社CyberSS（サイバーエージェント社の完全子会社で未上場）やSBIホールディングス（東証1部8473）などがある。EC事業では、サイクルベースあさひ、自転車をネット販売するさまざまな事業者や街の自転車小売店などになるが、完成した自転車のネット販売を行う点で異なっている。一方、エンターテインメント事業の国内の競合企業としては、株式会社コロプラ（東証1部3668）や株式会社サイバーエージェント（東証1部4751）のゲーム部門などが挙げられる。

ただし、同社のように、ライフスタイルサポート事業（インターネット事業）、エンターテインメント事業（ゲーム事業）と、EC事業を展開する同業他社は少ないとのことである。ゲーム事業と他事業を組み合わせる事業としては、株式会社ディー・エヌ・エー（東証1部2432）やサイバーエージェント社などがある。同社は、これらの2社に対して規模は小さいながら、高い伸びを示しており、営業利益率も遜色ない水準である。また、ゲーム関連事業の損益に関しても相対的に安定して推移している。

(百万円)		FY07/10	FY07/11	FY07/12	FY07/13	FY07/14	FY07/15	FY07/16	FY07/17	FY07/18	直近5年平均伸率
エイチーム	売上高	3,518	4,064	6,380	10,990	12,036	15,829	22,968	34,603	37,674	27.9%
	営業利益	246	449	1,071	1,717	1,452	2,088	2,213	4,078	4,701	22.3%
	OPM	7.0%	11.0%	16.8%	15.6%	12.1%	13.2%	9.6%	11.8%	12.5%	
うちエンターテインメント事業	売上高	2,373	2,500	3,278	6,632	6,169	7,914	12,560	19,259	16,168	19.5%
	営業利益	562	705	1,126	1,866	1,409	1,770	2,297	3,821	3,588	14.0%
	OPM	23.7%	28.2%	34.4%	28.1%	22.8%	22.4%	18.3%	19.8%	22.2%	
DeNA (3月決算)	売上高	48,105	112,728	146,501	202,467	181,313	142,419	143,709	143,806	139,390	-7.2%
	営業利益	21,265	56,096	60,262	76,840	53,198	24,764	19,816	23,178	30,390	-16.9%
	OPM	44.2%	49.8%	41.1%	38.0%	29.3%	17.4%	13.8%	16.1%	21.8%	
うちゲーム事業	売上高	-	97,617	130,492	179,755	155,936	113,048	109,640	101,288	97,917	-11.4%
	営業利益	-	53,734	60,343	78,106	57,122	29,861	25,900	28,266	25,117	-20.3%
	OPM	-	55.0%	46.2%	43.5%	36.6%	26.4%	23.6%	27.9%	25.7%	
サイバーエージェント (9月決算)	売上高	96,650	119,578	141,111	162,493	205,234	254,381	310,665	371,362	420,000	20.9%
	営業利益	9,337	14,349	10,318	17,410	22,220	32,747	36,790	30,700	30,000	11.5%
	OPM	9.7%	12.0%	7.3%	10.7%	10.8%	12.9%	11.8%	8.3%	7.1%	
うちゲーム事業	売上高	3,600	6,900	29,100	47,800	50,596	85,906	121,740	139,775	n.a.	-
	営業利益	30	350	4,430	8,510	8,478	17,875	30,451	26,503	26,000	25.0%
	OPM	0.8%	5.1%	15.2%	17.8%	16.8%	20.8%	25.0%	19.0%	n.a.	

出所：各会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**同社は7月決算、DeNA社は3月決算、サイバーエージェント社は9月決算である。このため、例えば、表題の17年7月度は、3月決算企業は17年3月期、9月決算企業は17年9月期に相当する。サイバーエージェント社の17年9月期に相当するデータは会社予想値。

SW (Strengths, Weaknesses) 分析

強み (Strengths)

- **ビジネスサイクルが異なる3つの事業を有することで収益の安定化が図られていること**：同社は人生のイベントや日常生活に密着した比較・情報サイト等様々なウェブサービスを企画・開発・運営するライフスタイルサポート事業、スマートデバイス向けゲーム・ツールアプリの企画・開発・運営を中心としたエンターテインメント事業、自転車専門通販を行うEC事業というビジネスサイクルの異なる3つの事業を保有することで、高い成長と収益の安定性を確保している。例えば、ゲームを中心としたエンターテインメント事業は高い成長が期待されるものの、収益の波がある。これに対し生活関連の比較・情報サイトは運営するライフスタイルサポート事業やEC事業は、ブランドネーム浸透に伴い安定的な収益が期待される。
- **マーケットニーズを強く意識したサービス開発**：同社のサービスは、ライフスタイルサポート事業、エンターテインメント事業、EC事業の全事業において、徹底したマーケットインの発想で他社との差別化を図っている。ライフスタイルサポート事業では、引越し関連（引越し比較・予約サイト「引越し侍」）、自動車関連（車査定・車買取サイト「ナビクル」）、ブライダル関連（結婚式場情報サイト「ハナユメ」）、金融メディア（キャッシング・カードローン総合検索サイト「ナビナビキャッシング」）などを、マーケットニーズを丁寧に汲み取りながら展開している。また、来店型の相談受付店舗の全国展開によるウェブとリアル店舗連携の独自ハイブリッド型ビジネスモデルにも特色がある。また、エンターテインメント事業においては、国内の他のゲーム会社が国内でヒットしたゲームを海外展開する傾向にあるのに対して、同社では企画段階から海外市場を念頭に置いたゲーム開発を行っている。例えば、同社の代表的なタイトルである「ダークサマナー」は、海外で人気の高いダークファンタジーの世界観と、日本で人気のあるカードバトルの要素を組み合わせたゲームである。また、ゲームの製作にあたっては、企画段階から、外国人社員をメンバーに加え、海外で受け入れられる用語やイラストを採用している。この結果、同タイトルは、iPhone App Store 国内総合トップセールスで最高1位、Android Google Play 米国総合トップセールスで最高1位を獲得するなど国内外で高い人気を得ている。
- **多角化の源泉となる人材教育システム**：同社では、収益の安定化を図るために事業の多角化を進めており、その源泉となる人材の確保・育成にも積極的に取り組んでいる。例えば、意欲の高いプログラミング未経験者に対し、独自のITエンジニア育成プログラム「エイチームキャンプ」を実施していた。また、就活生や転職希望者に向けて、同社と株式会社インフラトップと共同でプログラミング短期習得カリキュラム「エイチーム×WebCampコラボキャンプ」を実施している。さらに、同社への応募を検討している人に対し、同社技術者との座談会を水曜夜9時から定期的に開催し、同社の社内環境を気軽に見学できる場を提供している。

弱み (Weaknesses)

- **現時点における事業セグメント間の相乗効果の少なさ**：同社のエンターテインメント事業とライフスタイルサポート事業・EC事業はビジネスサイクルの相互補完効果はあるが、現時点では、ビジネス上の相乗効果はほとんどない。エンターテインメント事業のゲーム内に、ライフスタイルサポート事業のキャラクターや名称を登場させるなどの連携にとどまっている。また、ライフスタイルサポート事業傘下の各事業間においても現時点でのシナジー効果は限定的である。同社ではライフスタイルサポート事業のコアとなるデイリーアクティブユーザーの多い事業の立ち上げに注力し、今後の相乗効果拡大を狙うとしている。
- **金融メディア等参入障壁の低い事業領域が存在すること**：同社がライフスタイルサポート事業で運営する比較・情報サイトは、技術的参入障壁は必ずしも高くなく、競合も多い。また、高水準の固定費を必要としないため、比較的簡単にサイトを開設することが可能である。従って、知名度や顧客基盤を有する新規事業者が、同社の事業領域に、ブランドネームを活用して割安な料金で価格戦略を仕掛ける可能性もある。同社のライフスタイルサポート事業では、集客やブランド訴求のために、広告宣伝費が売上高の50%超となっている。
- **知名度の低さと地方立地であるが故の人材確保の難しさ**：同社はエンターテインメント事業の新作タイトルやライフスタイルサポート事業における新規分野の拡充に注力しており、売上規模は順調に拡大している。しかしながら、全国的

な知名度が低く、地方（名古屋）に立地していることもあり、ソフト開発などにおける優秀な人材の確保に苦戦しているとのこと。この弱みを克服するため、同社では、サテライトのオフィスとして大阪オフィス（2012年9月開設）や東京オフィス（2015年9月開設）を設置しており、ベトナムにもAteam Vietnam Co., Ltd.を設立した（2016年12月）。最近では、2018年2月に福岡オフィスも設置している。

過去の業績と財務諸表

過去の業績

2018年7月期通期実績（2018年9月7日発表）

概要

2018年7月期連結業績は、売上高は37,674百万円（前年同期比8.9%増）、営業利益は4,701百万円（同15.3%増）、経常利益は4,730百万円（同14.9%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は3,306百万円（同28.2%増）となった。

2018年7月期通期業績予想に対する達成率は売上高94.2%、営業利益100.0%、経常利益100.6%、四半期純利益106.6%と、売上高は若干の未達となったが、利益は計画通りの着地であった。

エンターテインメント事業で減収減益となったが、ライフスタイルサポート事業が大幅に伸長し、全体では増収増益となった。

同社グループの事業セグメントはライフスタイルサポート事業、エンターテインメント事業およびEC事業の3つとなっている。2018年7月期は事業構造の変化が進んだ1年であった。2018年7月期に、ライフスタイルサポート事業の売上高がエンターテインメント事業の売上高を超えて、ライフスタイルサポート事業が最大の事業セグメント（売上高構成比50%）となった。ライフスタイルサポート事業の伸長により、収益のバランスが更に高まった。一方、営業利益面では、依然、エンターテインメントが最大のセグメント利益（全体の56%）を稼ぎ出している。

中長期の成長を睨んだ人材の採用を積極的に行った。2018年7月期末の連結従業員数は、前期末比212名（31.3%増）の890名（臨時従業員を含まず）となった。増員212名（内、新卒46名）の内訳は、ライフスタイルサポート事業136名、エンターテインメント事業45名、EC事業15名、全社共通16名。

セグメント別業務動向

セグメント別の業績動向は以下の通りである。

ライフスタイルサポート事業

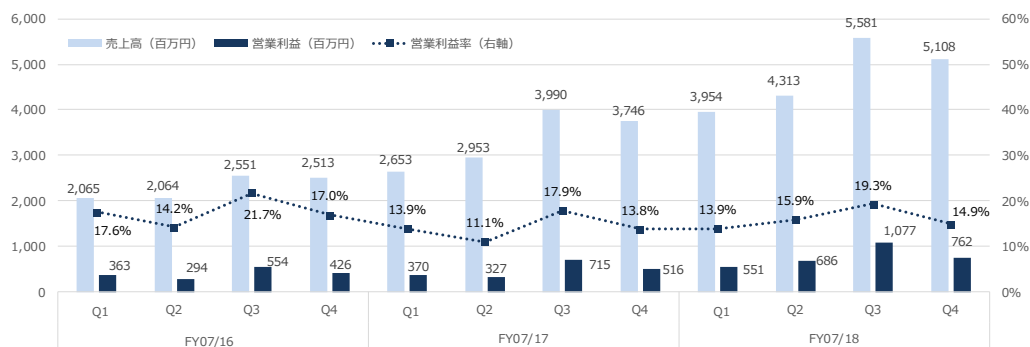
同セグメントの売上高は18,956百万円（前年同期比42.1%増）、セグメント利益は3,077百万円（同59.5%増）となった。主要サービスが総じて好調に推移し、売上高、利益ともに大きく飛躍した。利用件数、ARPUともに堅調に増加する一方、CPAの伸び率はARPUの伸び率を下回った。全事業領域でKPI、売上高ともに好調に推移する中、特に金融メディアが大きく伸長し、2018年7月期に最大の構成要素となった。中長期的な成長を見据え、複数の新規サービスの本格始動に向けて着実に準備を進めた。

同セグメントの事業では、引越し関連、自動車関連、ブライダル関連、金融メディア等様々な事業領域において、個人の利用者に向けてサービスを展開する事業者と提携し、「三方よし」のサービス理念のもと、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト・情報サイト等様々なウェブサービスを展開している。個人の利用者は基本無料で利用でき、パートナー企業に見込客を紹介することに対する紹介手数料及び成約報酬が主な収益である。

2018年7月期は、各サブセグメントともに総じて好調に推移した。各サブセグメントにおいては、既存事業の育成に加え、周辺サービスを拡充しながら、新しい事業領域において新規サービスを複数立ち上げ、中長期的な成長に向けた投資を実施した。

注：2017年12月に子会社化したIncrements社については、当第3四半期よりライフスタイルサポート事業に区分している。サブセグメントにおける「その他」には、Increments社が運用するプログラマ向けの技術情報共有サービス「Qiita（キータ）」、手軽に書けるチーム内情報共有ツール「Qiita:Team（キータチーム）」、女性向け生理日予想・体調管理アプリ「ラルーン」、その他新規サービスが含まれる。

ライフスタイルサポート事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率

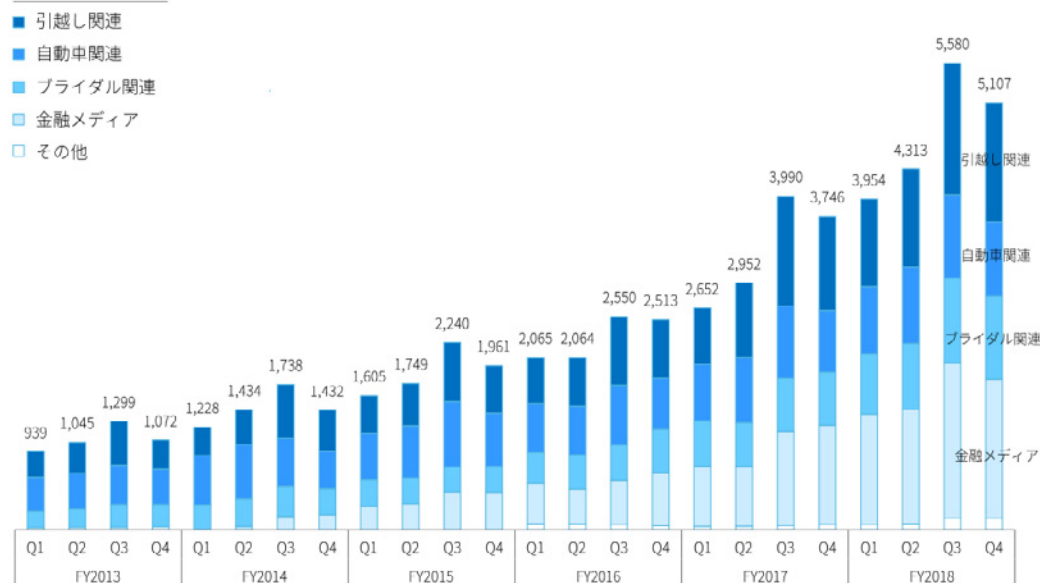


出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

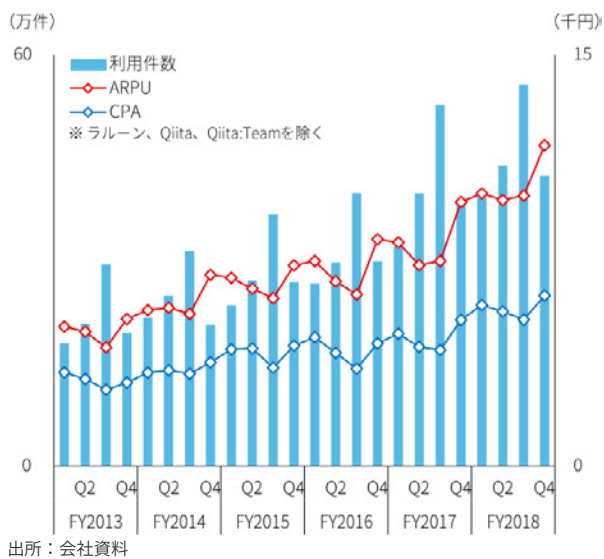
「ライフスタイルサポート事業」におけるサービス別の四半期売上高の推移

(百万円)

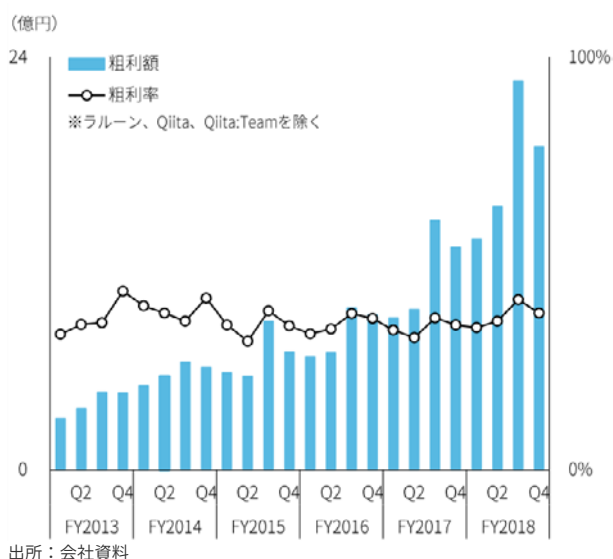


出所：会社資料

ライフスタイルサポート事業：利用件数、ARPU、CPA



ライフスタイルサポート事業：粗利益額、粗利益率



尚、2018年7月期第4四半期において、ARPUが上昇しているのは、エアコン販売台数増加が要因。

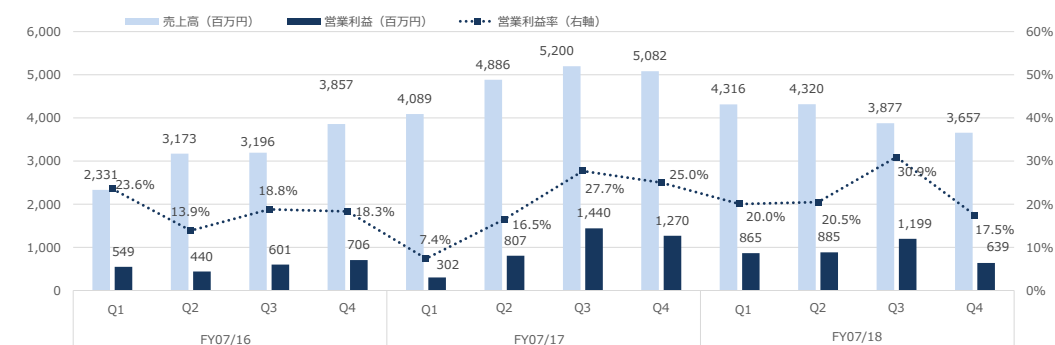
エンターテインメント事業

同セグメントの売上高は16,168百万円（前年同期比16.0%減）、セグメント利益は3,588百万円(同6.1%減)となった。

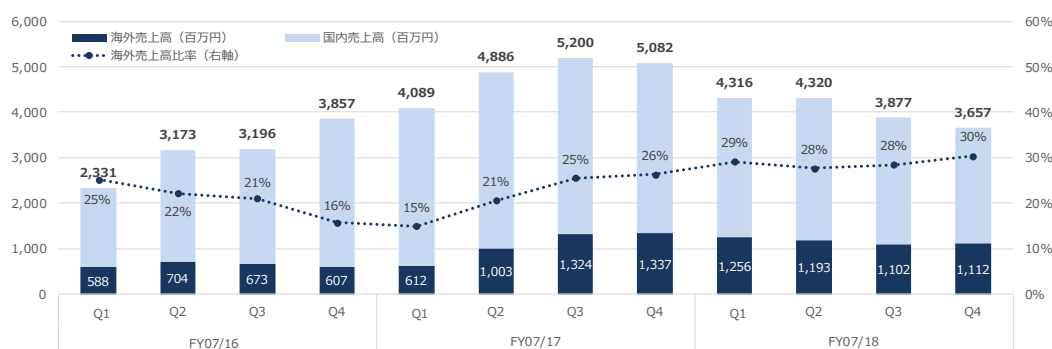
同セグメントでは、自社で開発したオリジナルスマートデバイス向けゲームアプリを、Apple Inc.が運営するApp Store及びGoogle Inc.が運営するGoogle Play等を配信する専用のプラットフォームを通じて提供している。ゲームアプリ自体は基本無料で提供し、ユーザーがゲームをより効率よく進めるためのアイテムを購入することで、そのアプリ内アイテム購入代金が主な収益となる。

2018年7月期においては、引き続き既存ゲームアプリの効率的な運用を進めながら、2018年5月に新規ゲームアプリ「三国BASSA!!」をリリースした。既存ゲームアプリについては、2016年6月にリリースした「ヴァルキリーコネクト」、および2014年12月にリリースした「ユニゾンリーグ」が引き続き主力タイトルとして貢献したが、全体として売上が緩やかに減少する一方、「三国BASSA!!」で既存ゲームアプリの売上減少分を十分には補えず、エンターテインメント事業全体では減収減益となった。新規投入の「三国BASSA!!」はスロースタートとなったため、KPIを勘案しつつ、大型改修を実施中。

エンターテインメント事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



エンターテインメント事業：四半期国内・海外売上高、海外売上高比率



出所：会社データよりSR社作成

EC事業

同セグメントの売上高は2,550百万円（前期比27.4%増）、セグメント損失は212百万円（前年同期は179百万円の損失）となった。

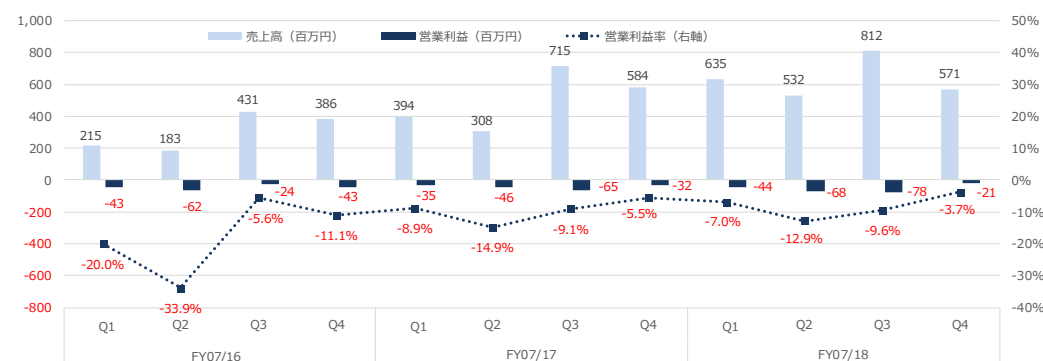
同事業では、東海、関東、関西3カ所に物流倉庫を構え、国内外から仕入れた200種類以上の完成品自転車を自社で在庫を持ち、専属のプロ整備士により整備された完全組立自転車をオンラインで販売し、自宅まで配送する独自性の高い自転車専門通販サイトを展開している。

主な収益は自転車の販売代金である。自転車通販サイト「cyma-サイマ-」は2013年12月にサービスを立ち上げて以来、フルフィルメント*強化のため、段階的に投資を重ねてきた。引き続き「自転車を買うならサイマ」というブランディングを目指し、プロモーション強化を行いつつ、継続して販売台数を伸ばしている。

オリジナルパーツ（鍵）や独自の自転車保証サービスの拡充、在庫を持たないスポーツバイクの販売におけるワイズインターナショナルとの提携など、新たな収益モデルへ挑戦した。

*ネット通販における受注管理、在庫管理、ピッキング、商品仕分け・梱包、発送、代金請求・決済処理等、通販ビジネスで最も重要なコアプロセス全般を指す。また、苦情処理・問い合わせ対応、返品・交換対応等のカスタマーサポートや顧客データ管理等の周辺業務も含む。

EC事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

2018年7月期第3四半期実績（2018年6月8日発表）

概要

2018年7月期第3四半期累計の連結業績は、売上高は28,339百万円（前年同期比12.5%増）、営業利益は3,809百万円（同37.5%増）、経常利益は3,853百万円（同37.1%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は2,651百万円（同44.2%増）となった。四半期ベースでは、当第3四半期の売上高は10,270百万円（前年同期比3.7%増、前四半期比12.1%増）、営業利益は1,752百万円（同0.2%増、同60.3%増）となり、過去最高を更新した。

2018年7月期通期業績予想に対する第3四半期累計実績の進捗率は売上高70.8%（前年同期は72.8%）、営業利益81.0%（同68.0%）、経常利益82.0%（同68.2%）、四半期純利益85.5%（同71.3%）となった。利益面での進捗率が高いように見えるが、上半期に予定していた新規タイトル「三国BASSA!!」の市場投入が2018年5月にズレ込んだことに伴う広告投資の期ズレが影響している（当該広告投資は第4四半期に行われる）。同社によれば、「ライフスタイルサポート事業」の業績は同社計画を上回って推移している一方、「エンターテインメント事業」の売上高が同社計画をやや下回る状態での進捗となっているとのこと。但し、「エンターテインメント」事業の未達分を「ライフスタイルサポート事業」の上振れでカバーし切れていないとのことである。

2018年7月期通期業績について、同社は期初会社予想を据え置いている。「エンターテインメント事業」のプロモーションにどれだけ費用を投じるかにより業績が変わってくるが、通期ベースの業績は会社計画線に収斂していくと同社では考えている。一方、「ライフスタイルサポート事業」の会社計画を上回る推移による上振れ余地もあるとSR社では見ている。

ライフスタイルサポート事業・EC事業の繁忙期需要が奏功し増収となった。増益については、主にライフスタイルサポート事業が寄与した。

同社グループの事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」および「EC事業」の3つとなっている。

セグメント別業績動向

セグメント別の業績動向は以下の通りである。

エンターテインメント事業

同セグメントの第3四半期累計売上高は12,512百万円（前年同期比11.7%減）、同セグメント利益は2,949百万円（同15.7%増）となった。

同セグメントでは、自社で開発したオリジナルスマートデバイス向けゲームアプリを、Apple Inc.が運営するApp Store及びGoogle Inc.が運営するGoogle Play等を配信する専用のプラットフォームを通じて提供している。ゲームアプリ自体は基本無料で提供し、ユーザーがゲームをより効率よく進めるためのアイテムを購入することで、そのアプリ内アイテム購入代金が主な収益となる。

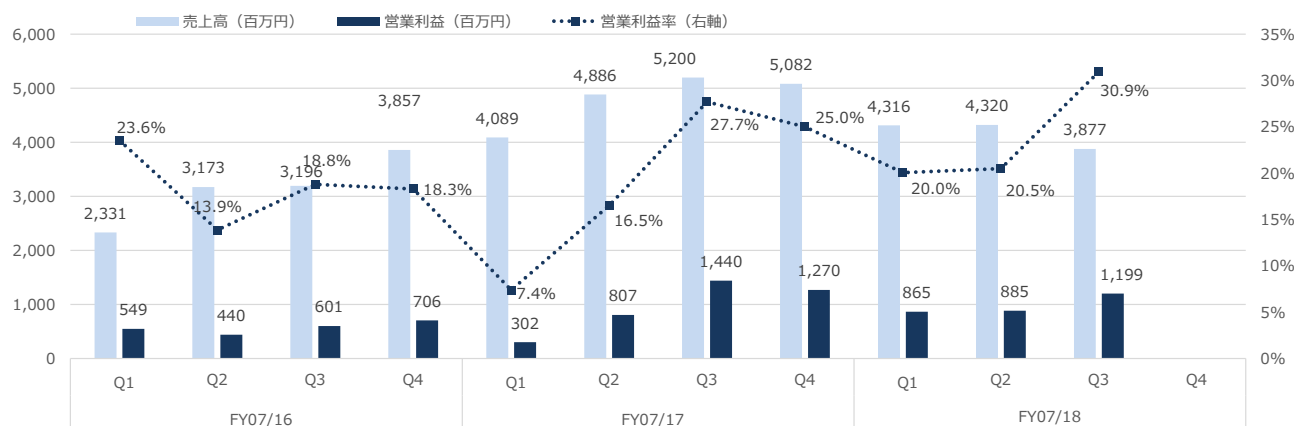
第3四半期においては、新規タイトルのリリースに向けて注力した。既存タイトルの減収傾向に加えて、新規タイトル「三国BASSA!!」（アクションRPG）のリリース遅延*により、第3四半期累計売上高は前年同期比11.7%減収となった。利益については、売上トレンドを見据えながら広告費を抑制し、効率的な運用を実施したことにより増益となった。

* 2018年5月21日に国内App StoreおよびGoogle Playにて配信を開始し、同月25日より課金を開始している（期初計画では上半期のリリース予定であった）。同月31日からはテレビCMの放映を開始した。簡単な操作でバトルが楽しめるアクションRPG。ユーザー同士2対2のリアルタイム対戦も用意されている

同社によれば、「三国BASSA!!」はセールスランキングではスロースタートとなっていはいはいるものの、KPI面では非常に悪いということはないとのこと。イベント、ガチャ、アイテム、キャラクターなど施策部分で不足している部分があるのは否めないで、今後、改善とアップデートを重ねていくとしている。三国志をテーマとしており、アジア圏での引き合いも強く、海外展開を順次進めていくとのこと。

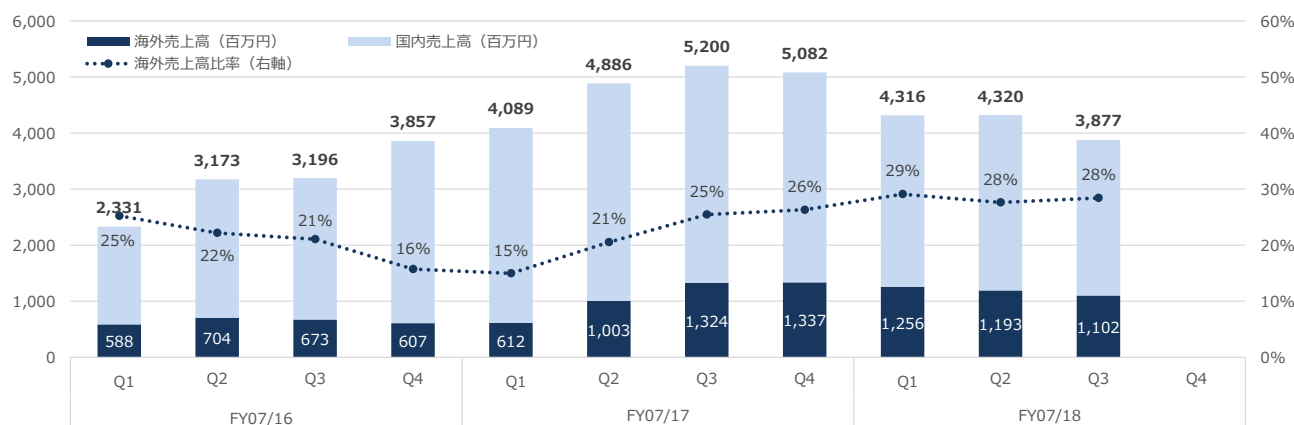
既存タイトルについては、「三国対戦スマッシュ！」は好調であったが、それ以外は前四半期比で減収になったとのこと。2～4月に需要が弱含む季節要因はあるものの、市場の外部要因というよりは、個別タイトルの要因であると同社では見ている。「ユニゾンリーグ」は第2四半期が好調であった反動減という面もある。「ヴァルキリーコネクト」については、2018年6月の2周年記念イベントの開催や広告投資の拡大などによって、ユーザー数拡大を狙いたいとのこと。

エンターテインメント事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

エンターテインメント事業：四半期国内・海外売上高、海外売上高比率



出所：会社データよりSR社作成

ライフスタイルサポート事業

同セグメントの売上高は13,848百万円（前年同期比44.3%増）、セグメント利益は2,314百万円（同63.8%増）となった。

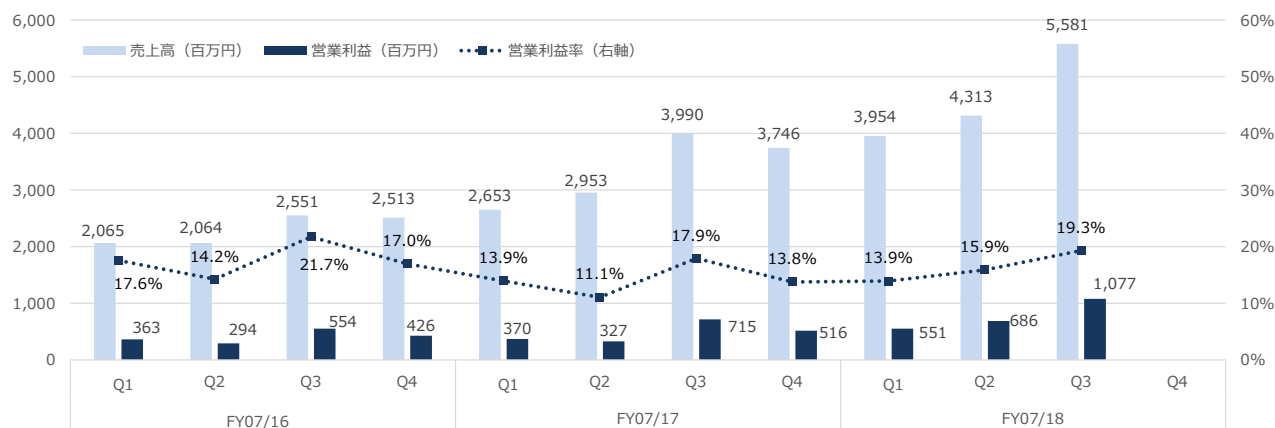
同セグメントの事業では、引越し関連、自動車関連、ブライダル関連、金融メディア等様々な事業領域において、個人の利用者に向けてサービスを展開する事業者と提携し、「三方よし」のサービス理念のもと、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト・情報サイト等様々なウェブサービスを展開している。個人の利用者は基本無料で利用でき、パートナー企業に見込客を紹介することに対する紹介手数料及び成約報酬が主な収益である。サブセグメントとして、引越し関連事業、自動車関連事業、ブライダル関連事業、金融メディア事業、その他がある。

引越し・自動車関連事業は引き続き日々のサイトの改善、プロモーション活動などにより順調に利用者を増やし、継続して業界トップシェアを維持している。「ハナユメ」を中心としたブライダル関連事業は、全国6エリアに12店舗のウエディングデスクを展開しており、継続して「ハナユメ定額ウエディング」、「ハナユメフォト」などのブライダル周辺サービスを拡充しながら、サービスの品質向上に注力し、順調に利用組数が増加している。金融メディア事業は、キャッシング・カードローン総合比較サイト「ナビナビキャッシング」に加え、クレジットカード比較・情報サイト「ナビナビクレジットカード」が寄与し、継続して安定的に成長している。住宅ローン比較・情報サイト「ナビナビ住宅ローン」及びFX比較・情報サイト「ナビナビFX」も順次立ち上げ、引き続き利用者数を伸ばしている。

各サブセグメント事業が総じて好調に推移したことにより増収となった。中でも引越し関連事業が引越し業界の人手不足による引越し料金の高騰、および3月の繁忙期需要が奏功し、売上高が大幅に増加した。利益については、増収による寄与に加え、主にブライダル関連事業がけん引し、増益となった。ブライダル関連事業は、2017年7月期はサービス名称変更後、サービス認知度向上のためのTVCMなど、広告投資が集中したことにより利益寄与が限定的であったが、当第3四半期については、事業成長と効率的な広告投資により増収増益となった。成果報酬型の契約形態への移行がARPU上昇に貢献している（結婚式場としても、成果報酬型の方が成約確率の見通しや予算の立てやすさなどの点でメリットが大きい）。金融メディア関連事業も、繁忙期であり、ARPU上昇に貢献したとのこと。

注：2017年12月に子会社化したIncrements社については、当第3四半期よりライフスタイルサポート事業に区分している。サブセグメントにおける「その他」には、Increments社が運用するプログラマ向けの技術情報共有サービス「Qiita（キータ）」、手軽に書けるチーム内情報共有ツール「Qiita:Team（キータチーム）」、女性向け生理日予想・体調管理アプリ「ラルーン」、その他新規サービスが含まれる。

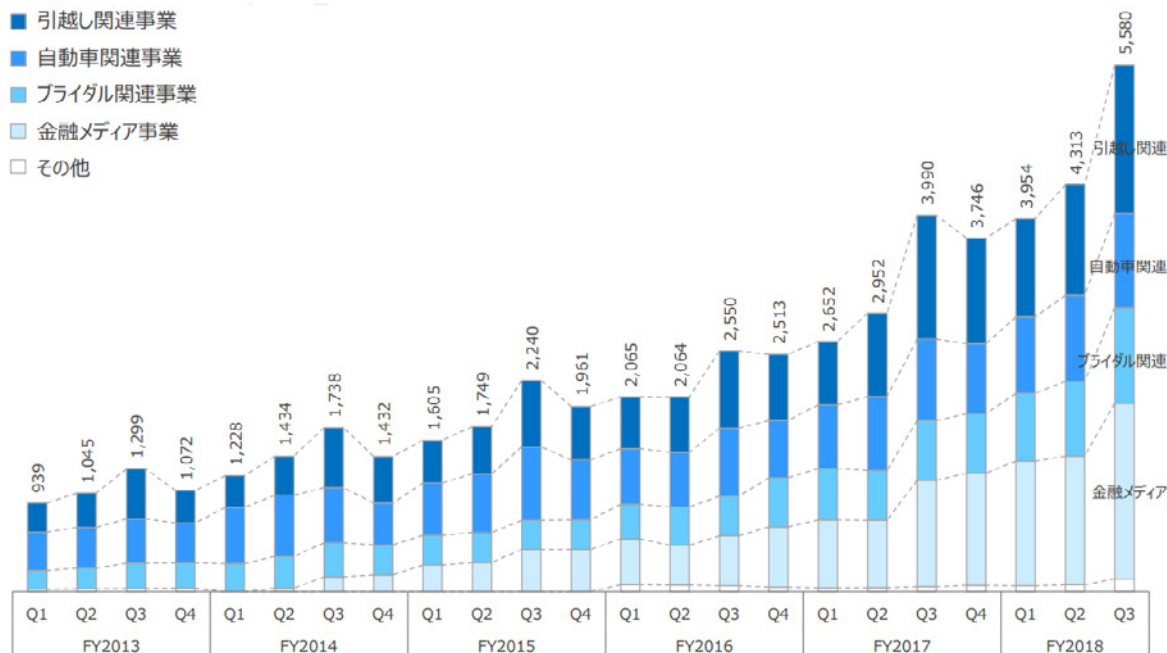
ライフスタイルサポート事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

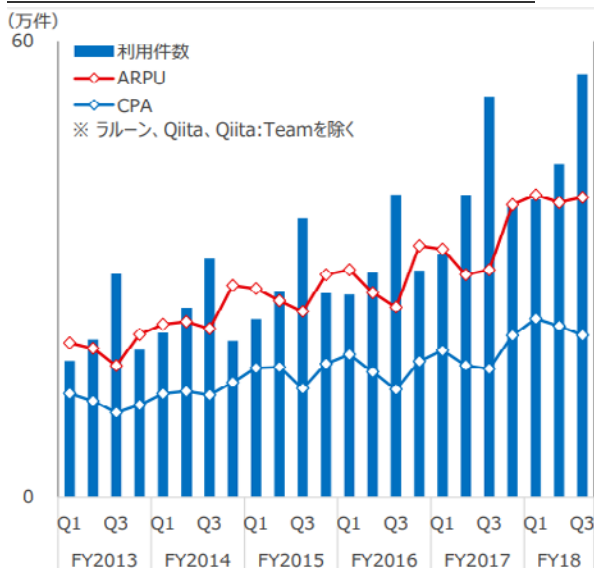
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

ライフスタイルサポート事業：セグメント別売上高



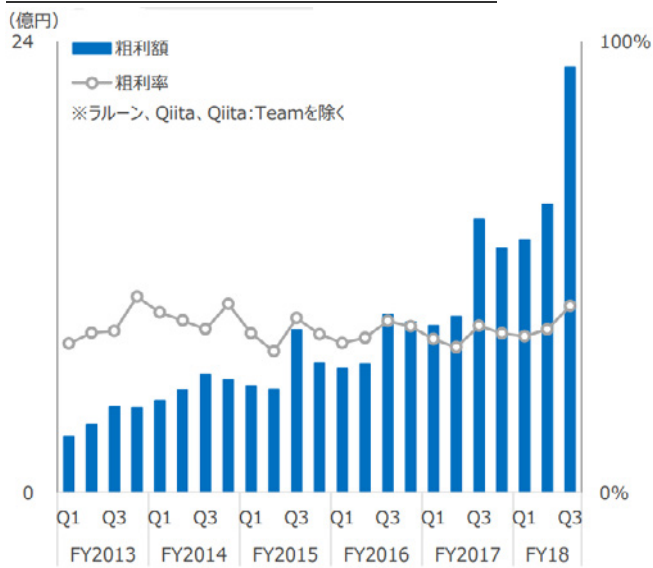
出所：会社資料

ライフスタイルサポート事業：利用件数、ARPU、CPA



出所：会社資料

ライフスタイルサポート事業：粗利益額、粗利益率



出所：会社資料

EC事業

同セグメントの売上高は1,979百万円（前期比39.6%増）、セグメント損失は191百万円（前年同期は146百万円の損失）となった。

同事業では、東海、関東、関西3カ所に物流倉庫を構え、国内外から仕入れた200種類以上の完成品自転車を自社で在庫を持ち、専属のプロ整備士により整備された完全組立自転車をオンラインで販売し、自宅まで配送する国内唯一の自転車専門通販サイトを展開している。

主な収益は自転車の販売代金である。自転車通販サイト「cyma-サイマ-」は2013年12月にサービスを立ち上げて以来、フルフィルメント*強化のため、段階的に投資を重ねてきた。当第3四半期においては、3月の繁忙期需要が高まり、前年同期

比で増収となった。引き続き「自転車を買うならサイマ」というブランディングを目指し、プロモーション強化を行いつつ、継続して販売台数を伸ばしている。

*ネット通販における受注管理、在庫管理、ピッキング、商品仕分け・梱包、発送、代金請求・決済処理等、通販ビジネスで最も重要なコアプロセス全般を指す。また、苦情処理・問い合わせ対応、返品・交換対応等のカスタマーサポートや顧客データ管理等の周辺業務も含む。

2018年7月期第2四半期実績（2018年3月9日発表）

概要

2018年7月期第2四半期累計期間（上半期）の連結業績は、売上高は18,069百万円（前年同期比18.2%増）、営業利益は2,057百万円（同101.1%増）、経常利益は2,077百万円（同93.9%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益は1,433百万円（同112.0%増）となった。ライフスタイルサポート事業とEC事業の成長により、増収となった。増益については、エンターテインメント事業における広告費抑制と、ライフスタイルサポート事業の堅調推移が寄与した。

2018年7月期上半期業績予想に対する達成率は売上高100.4%、営業利益102.8%、経常利益103.8%、四半期純利益107.7%と、売上高・利益ともに2018年2月16日に発表した上半期会社修正予想*を上回った。2018年7月期通期業績予想に対する進捗率は売上高45.2%（2017年7月期通期実績に対する第2四半期実績の進捗率は44.2%）、営業利益43.8%（同25.1%）、経常利益44.2%（同26.0%）、四半期純利益46.2%（同26.2%）となった。

*2018年7月期第2四半期累計期間会社予想の修正

- ▷ 売上高：18,000百万円（前回予想：18,500百万円）
- ▷ 営業利益：2,000百万円（同1,350百万円）
- ▷ 経常利益：2,000百万円（同1,350百万円）
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益：1,330百万円（同900百万円）
- ▷ EPS：68.91円（同46.90円）

【修正理由】

- ・売上高：エンターテインメント事業におけるゲームアプリが予想を下回る推移となった
- ・利益：主にライフスタイルサポート事業における利用者数の増加による利益寄与に加え、広告の効率運用などにより、期初の上半期計画を大幅に上回る着地が見込まれることとなった

2018年7月期通期予想については、同社は期初会社予想を据え置いた。エンターテインメント事業において新規ゲームアプリのリリースを控えており、初期広告投資が必要なことや、ライフスタイルサポート事業の繁忙期対応など、事前に予測不可能な内外的要因などの不確定要素により、信憑性の高い業績予想数値を算出することが極めて困難であるためとしている。当上半期にリリースを予定していた新規ゲームが下半期にズレ込んだことに伴い、関連する広告投資もズレ込んだことを勘案する必要があるが、当上半期実績が上方修正値を更に上回って着地したことを考えると、2018年7月期会社予想には上方修正余地があるとSR社では見ている。

同社グループの事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」および「EC事業」の3つとなっている。

セグメント別業績動向

セグメント別の業績動向は以下の通りである。

エンターテインメント事業

同セグメントの売上高は8,635百万円（前年同期比3.8%減）、セグメント利益は1,750百万円（同57.7%増）となった。

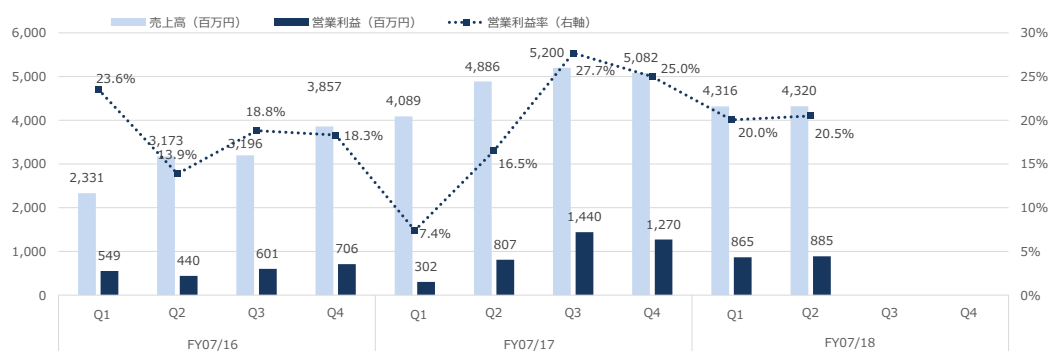
同セグメントでは、自社で開発したオリジナルスマートデバイス向けゲームアプリを、Apple Inc.が運営するApp Store及びGoogle Inc.が運営するGoogle Play等を配信する専用のプラットフォームを通じて提供している。ゲームアプリ自体は基本無料で提供し、ユーザーがゲームをより効率よく進めるためのアイテムを購入することで、そのアプリ内アイテム購入代金が主な収益となる。

当第2四半期においては、全体として減収傾向にある中、2014年12月にリリースした「ユニゾンリーグ (Unison League)」（新感覚リアルタイムRPG）の年末年始イベント施策が奏功し、売上高は前年同期比では減収であるが、当第1四半期比では微増となった。

利益については、売上トレンドを見据えながら広告費を抑制し、効率的な運用を実施したことにより増益となった。

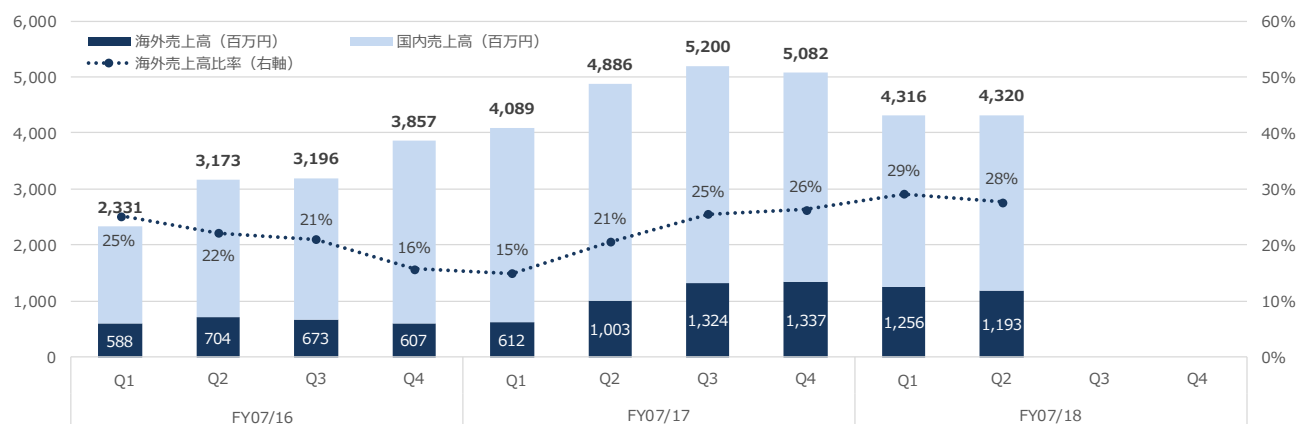
同社によれば、当上半期において「ヴァルキリーコネクト」が同社計画値に対して未達とはなったが、他の既存タイトルについては広告費を抑制して運用したため、四半期での収益は横ばい傾向とのこと。新規タイトルのリリースが後ろ倒しとなった点については、機会損失という点でネガティブ視しているとのこと。当事業の期初計画は強気な予想ではなかったつもりでいたが、現時点においてはややチャレンジングな目標となってきた（一方、後述の通り、ライフスタイルサポート事業とEC事業において計画線を越えている）とのこと。

エンターテインメント事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

エンターテインメント事業：四半期国内・海外売上高、海外売上高比率



出所：会社データよりSR社作成

ライフスタイルサポート事業

同セグメントの売上高は8,268百万円（前年同期比47.5%増）、セグメント利益は1,237百万円（同77.5%増）となった。同社によれば、同社計画を上回って推移しているとのこと。各サブセグメント事業が総じて好調に推移したことにより増収となった。利益については、増収による寄与に加え、主にブライダル関連事業がけん引し増益となった。ブライダル関連

事業は、2017年7月期はサービス名称変更後、サービス認知度向上のためのTVCMなど、広告投資が集中したことにより利益寄与が限定的であったが、当第2四半期には通常の運営体制となり、増収増益となった（当期においても、テレビCMや交通広告などを積極的に行っている）。

同セグメントの事業では、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト・情報サイト等様々なウェブサービスについて企画・開発・運営を行っている。個人の利用者は基本無料で利用でき、パートナー企業に見込客を紹介することに対する紹介手数料及び成約報酬が主な収益である。サブセグメントとして、引越し関連事業、自動車関連事業、ブライダル関連事業、金融メディア事業、その他がある。

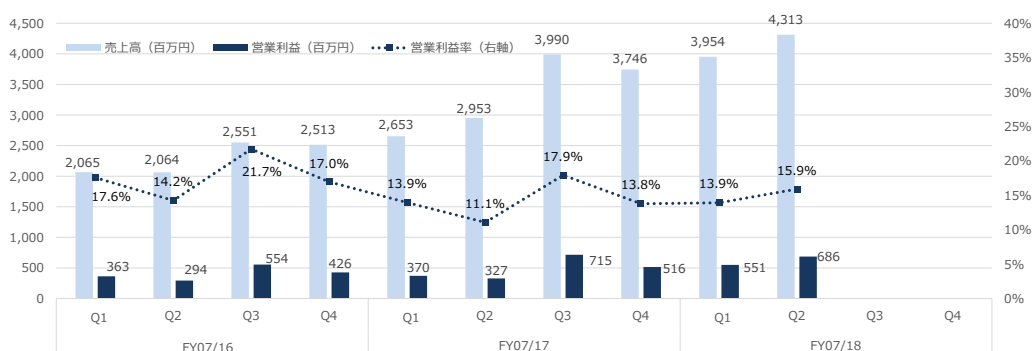
引越し・自動車関連事業は引き続き日々のサイトの改善、プロモーション活動などにより順調に利用者を増やし、継続して業界トップシェアを維持している。引越し関連事業では、引越し需要に対して大手引越し業者のキャパシティがマックスに近く、「一括見積り」については同社からの送客が困難となっている状態であり、中小事業者中心に送客をしているとのこと。一方、「ネット予約」では、利用者が1社の業者に委託して、引越し業者が価格を設定するため、単価競争とはならず、むしろ需給バランスがタイトとなっていることを背景に単価が上昇しているとのこと。その恩恵を同社も受けているとのこと。

「ハナユメ」を中心としたブライダル関連事業は、全国6エリアに12店舗のウェディングデスクを展開しており、継続して「ハナユメ定額ウェディング」、「ハナユメフォト」等のブライダル周辺サービスを拡充しながら、サービスの品質向上に注力し、順調に利用組数が増加している。

金融メディア事業は、キャッシング・カードローン総合比較サイト「ナビナビキャッシング」に加え、新たにリリースしたクレジットカード比較・情報サイト「ナビナビクレジットカード」、住宅ローン比較・情報サイト「ナビナビ住宅ローン」及びFX比較・情報サイト「ナビナビFX」の立ち上げに注力し、引き続き利用者数を伸ばしている。

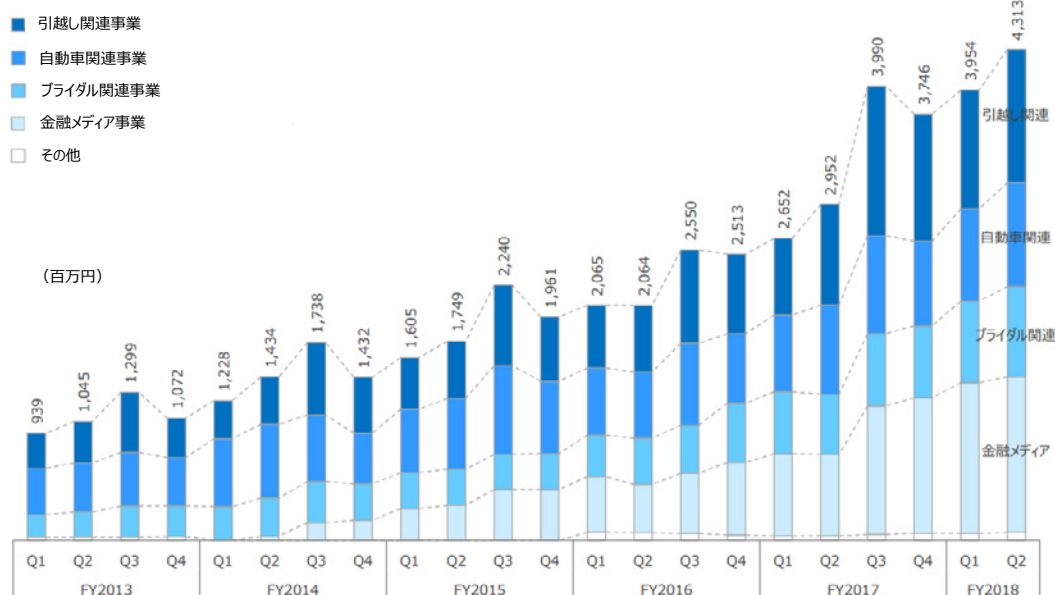
注：2017年12月に子会社化したIncrements社（後段で詳述）の業績については、みなし取得日を当第2四半期末としているため、当第2四半期には含まれない。2018年7月期第3四半期以降、Increments社が運用するプログラム向けの技術情報共有サービス「Qiita（キータ）」、及びその他サービスは、ライフスタイルサポート事業の「その他」に区分される。

ライフスタイルサポート事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



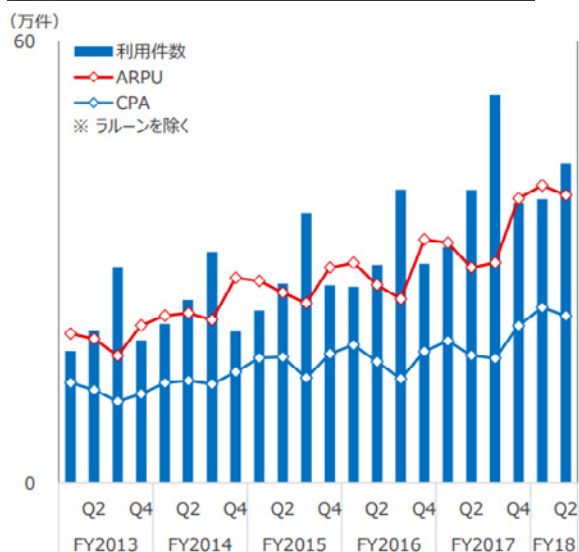
出所：会社データよりSR社作成

ライフスタイルサポート事業：セグメント別売上高



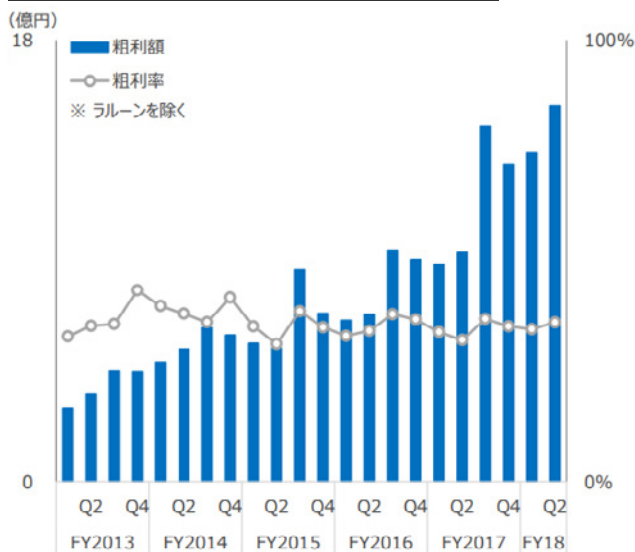
出所：会社資料

ライフスタイルサポート事業：利用件数、ARPU、CPA



出所：会社資料

ライフスタイルサポート事業：粗利益額、粗利益率



出所：会社資料

EC事業

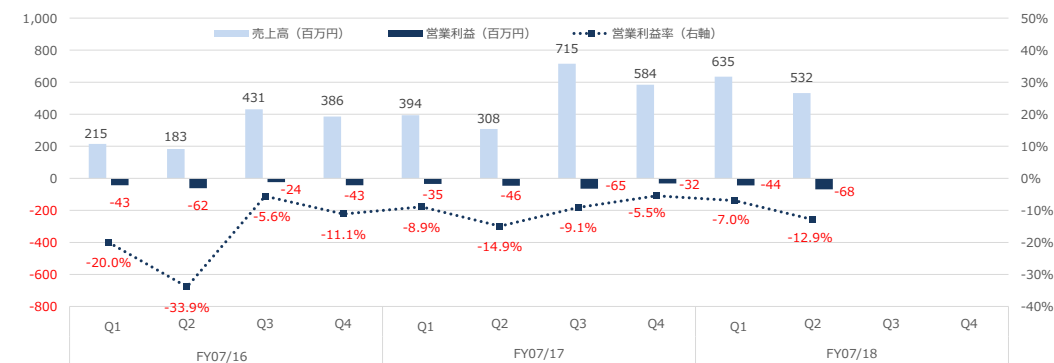
同セグメントの売上高は1,167百万円（前期比66.2%増）、セグメント損失は113百万円（前年同期は81百万円の損失）となった。

同事業では、東海、関東、関西3カ所に物流倉庫を構え、国内外から仕入れた200種類以上の完成品自転車を自社で在庫を持ち、専属のプロ整備士により整備された完全組立自転車をオンラインで販売し、自宅まで配送する国内唯一の自転車専門通販サイトを展開している。

主な収益は自転車の販売代金である。自転車通販サイト「cyma-サイマ-」は2013年12月にサービスを立ち上げて以来、フルフィルメント*強化のため、段階的に投資を重ねてきた。現在まだ投資段階にあるが、事業として順調に軌道に乗り、「自転車を買うならサイマ」というブランディングを目指し、プロモーション強化を行いつつ、継続して安定的に販売台数を伸ばし増収となった。

* ネット通販における受注管理、在庫管理、ピッキング、商品仕分け・梱包、発送、代金請求・決済処理等、通販ビジネスで最も重要なコアプロセス全般を指す。また、苦情処理・問い合わせ対応、返品・交換対応等のカスタマーサポートや顧客データ管理等の周辺業務も含む。

EC事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

Incrementsの子会社化

同社は2017年12月、Increments株式会社*の発行済株式の100%を取得し、連結子会社化した。取得金額は1,453百万円（アドバイザー費用等6百万円を含む）。Increments社は、プログラマー向けの技術情報共有サービス「Qiita」**（広告課金モデル：2011年リリース）と、手軽に書けるチーム内情報共有ツール「Qiita:Team」（アカウント課金モデル：2013年リリース）の開発・運営を行っている。子会社化した背景には、Increments社が「自社で容易に参入できない、或いは参入に時間のかかる事業を持つ企業」に該当し、当該株式を100%取得することで、そのアセットやノウハウの活用により、新たな事業展開を加速させることが出来、同社グループの中長期的な成長および企業価値の向上につながると判断したため。

* 代表取締役の海野弘成氏は、2017年Forbesのアジアを代表する30歳未満の起業家30人（エンタープライズテクノロジー部門）に選出された。京都大学 工学部情報学科 卒業

**海野弘成氏が、大学在学中の2011年9月にリリース。2012年1月から2018年1月までの6年間で、月間ユニークユーザーは約30倍の400万となり、月間ページビューは約70倍となっている。同社によれば、日本のエンジニアであれば、月に1度は訪問するサイトになっている。実際、「Qiita」を通して、Increments社がエイチームグループ入りしたニュースを見て、エイチームという会社を知ったというエンジニアも多いとのこと。同社は、大量のエンジニアにリーチできている点を生かして（エイチームの）知名度向上、ブランドイメージに貢献できると考えている。採用強化にもつながることを期待しているとしている。

2017年7月期実績（2017年9月8日発表）

概要

2017年7月期通期の連結業績は、売上高は34,603百万円（前期比50.7%増）、営業利益は4,078百万円（同84.3%増）、経常利益は4,118百万円（同96.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益は2,580百万円（同99.6%増）となった。2017年6月9日（2017年7月期第3四半期発表と同時に）に上方修正された2017年7月通期会社計画*1を、売上高は1.8%、営業利益は7.3%、経常利益は7.5%、親会社株主に帰属する当期純利益は3.2%、それぞれ上回って着地した。

*1 2017年7月期通期会社予想の修正（2017年6月9日発表）

- ▷ 売上高：34,000百万円（前回予想：32,000百万円）
- ▷ 営業利益：3,800百万円（同3,300百万円）
- ▷ 経常利益：3,830百万円（同3,250百万円）
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益：2,500百万円（同2,150百万円）
- ▷ EPS：132.24円（同113.74円）

営業利益ベースで4期連続の増収増益となり、売上・利益ともに過去最高を記録した。事業拡大に伴う従業員の増加を見据え、本社オフィス及び大阪オフィスの増床を実施したことにより、地代家賃等の固定費が増加したものの、各事業の成長により前期比84.3%営業増益となった。経常利益については、営業増益に加えて、エンターテインメント事業の海外売上において、前期（2016年7月期）は為替差損39百万円が発生したが、今期は為替差益32百万円に転じたことにより、前期比96.6%増と大幅に増加した。また、特別損失としてソフトウェア資産の減損損失269百万円^{*2}を計上したものの、親会社株主に帰属する当期純利益も大幅増益（前期比99.6%増益）となった。

^{*2} 2016年12月に市場投入した「放課後ガールズトライブ」の売上高が同社の期待程は伸長しなかったことに伴うもの

なお、同社は迅速かつ確かな意思決定を行う体制の構築と業務の効率化を図るため、EC事業本部を新設する組織変更を実施した。これに伴い、「ライフスタイルサポート事業」に属していた「EC事業」は、2016年8月より単独セグメント化し、2017年7月期においては、同社グループの事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」および「EC事業」の3つとなっている。

セグメント別の業績動向は以下の通りである。

エンターテインメント事業

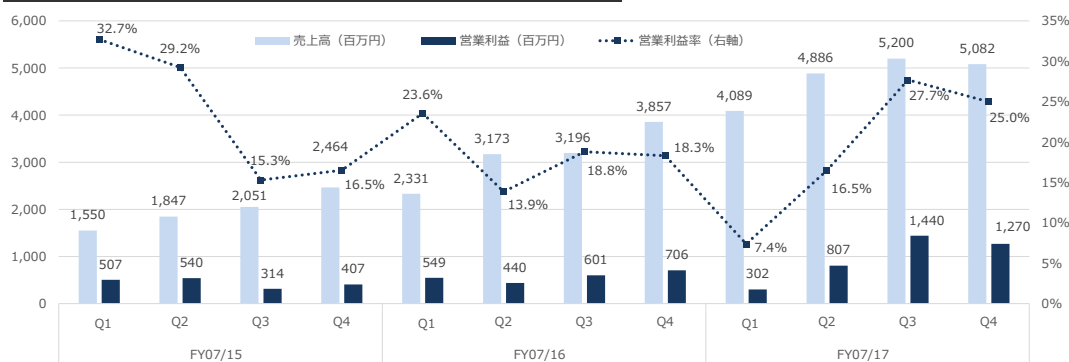
同セグメントの売上高は19,259百万円（前期比53.3%増）、セグメント利益は3,821百万円（同66.3%増）、セグメント利益率は19.8%（同1.5%ポイント上昇）となった。後述する通り、既存タイトルが業績拡大を牽引する一方で、新規タイトルが同社予想を下回る売上推移となったことを背景とした新規タイトル向け広告宣伝費の抑制もあり、利益率が向上した。

同セグメントの事業では、主にスマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）向けゲームやツールアプリの企画・開発・運営を行っている。

2016年6月にリリースした「ヴァルキリーコネクト（Valkyrie Connect）」（至高のハイファンタジーRPG）、2014年12月にリリースした「ユニゾンリーグ（Unison League）」（新感覚リアルタイムRPG）などの既存タイトルが好調に推移し、売上・利益ともに計画を上回った。「ヴァルキリーコネクト」は国内外で好調に推移し、これまでにリリースした同社ゲームアプリの中で最高の売上を記録し、業績をけん引する主要タイトルの1つとして寄与した。また、「ユニゾンリーグ」はリリースから約3年経過するも、引き続き好調に推移した。更に、2013年5月にリリースした「ダービーインパクト（Derby Impact）」（本格3D競走馬育成ゲーム）、及び2015年3月にリリースした「三国大戦スマッシュ！」（爽快ひっぱり大戦アクション）は効率的な運用により、継続して収益に貢献した。しかし、2016年12月にリリースした覚醒少女バトルRPG「放課後ガールズトライブ」が低調につき、売上が期初計画を下回り、広告宣伝費が一部未消化となった。

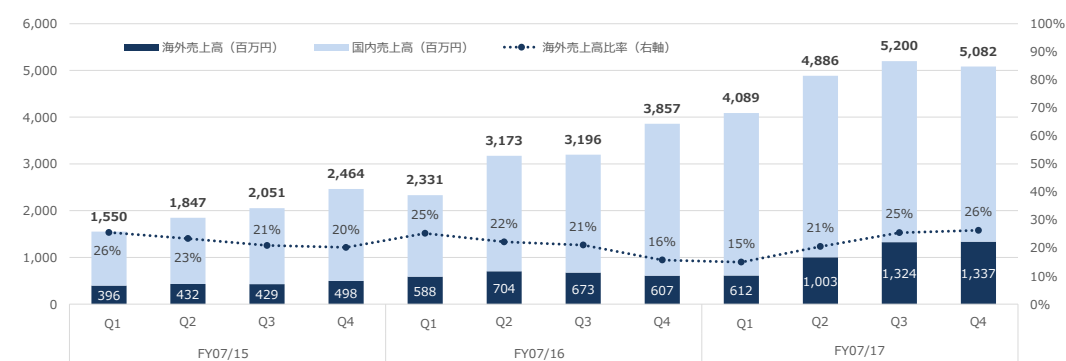
同セグメントの海外売上高は前期比66.3%増の4,276百万円と、成長率は国内の同50.0%を上回り、海外売上高は22.2%と前期比1.7%ポイント上昇した。海外売上高比率は前期には後半にかけて下落傾向にあったが、2017年7月期第1四半期の15%を底に、同第4四半期には26%に上昇した。海外展開に注力した「ヴァルキリーコネクト」に加えて、「ユニゾンリーグ」も海外においても好調に推移した。

エンターテインメント事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

エンターテインメント事業：四半期国内・海外売上高、海外売上高比率



出所：会社データよりSR社作成

ライフスタイルサポート事業

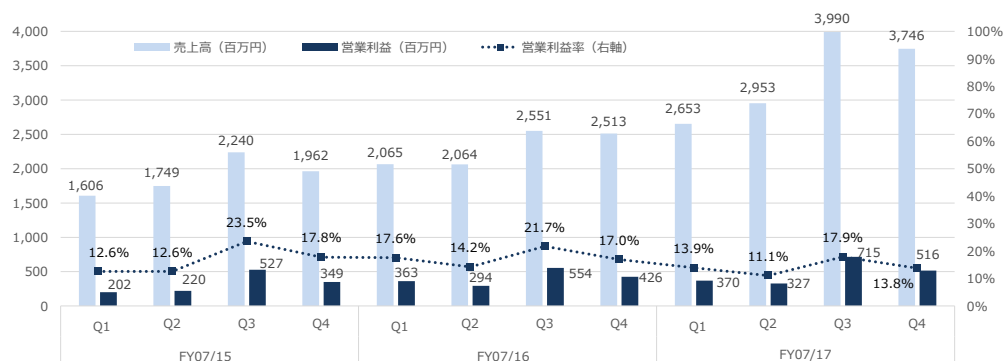
同セグメントの売上高は13,343百万円（前期比45.1%増）、セグメント利益は1,929百万円（同17.8%増）と過去最高のセグメント売上高および利益を達成した。利用件数、ARPU（利用者1人当たり売上高）とも前年同期比で増加する一方、CPA（顧客獲得1人当たり広告単価）も増加した。粗利益率は総じて30%強～40%弱の水準で安定的に推移したが、金融メディア事業の拡大に伴う先行投資費用拡大を主因に、セグメント利益率は前期比3.3%ポイント悪化の14.5%となった。

同セグメントの事業では、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト・情報サイト等様々なウェブサービスについて企画・開発・運営を行っている。サブセグメントとして、引越し関連事業、自動車関連事業、ブライダル関連事業、金融メディア事業、その他がある。

同セグメントは、売上・利益ともに期初予想を大幅に上回った。サブセグメント事業別では、引越し関連、自動車関連、金融メディアが予想を上回った。EC事業については、売上は期初予想を上回る着地となったが、広告投資などの費用が期初計画をやや上回り、営業利益は期初予想をやや下回る着地となったとのこと。

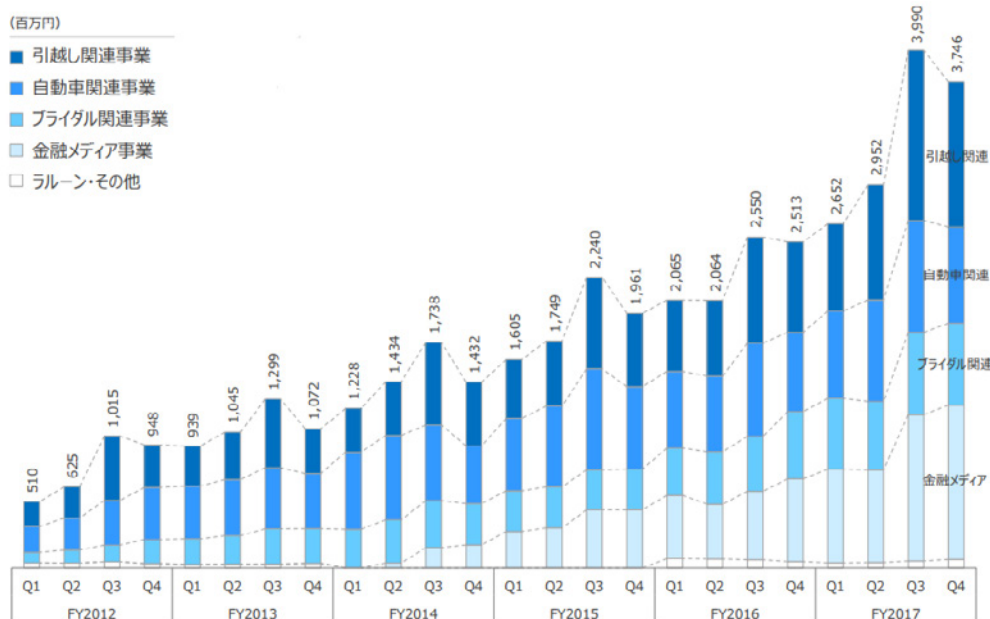
引越し・自動車関連事業は引き続き日々のサイトの改善、プロモーション活動などにより順調に利用者を増やし、継続して業界トップシェアを維持している。「ハナユメ」を中心としたブライダル関連事業は、全国6エリアに12店舗のウェディングデスクを展開しており、「ハナユメ定額ウェディング」、「ハナユメフォト」等のブライダル周辺サービスを拡充しながら、2016年11月のサービス名称変更後、より一層サービスの品質向上に努め、大きな成長を遂げた。「ナビナビキャッシング」を中心とする金融メディア事業は新たにクレジットカード比較・情報サイト「ナビナビクレジットカード」、住宅ローン比較・情報サイト「ナビナビ住宅ローン」及びFX比較・情報サイト「ナビナビ FX」を順次立ち上げ、引き続き利用者数を伸ばしている。

ライフスタイルサポート事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



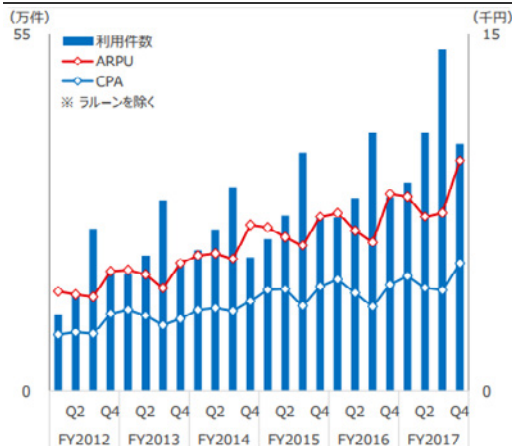
出所：会社データよりSR社作成

ライフスタイルサポート事業：セグメント別売上高



出所：会社資料

ライフスタイルサポート事業：利用件数、ARPU、CPA



出所：会社資料

ライフスタイルサポート事業：粗利益額、粗利益率



出所：会社資料

EC事業

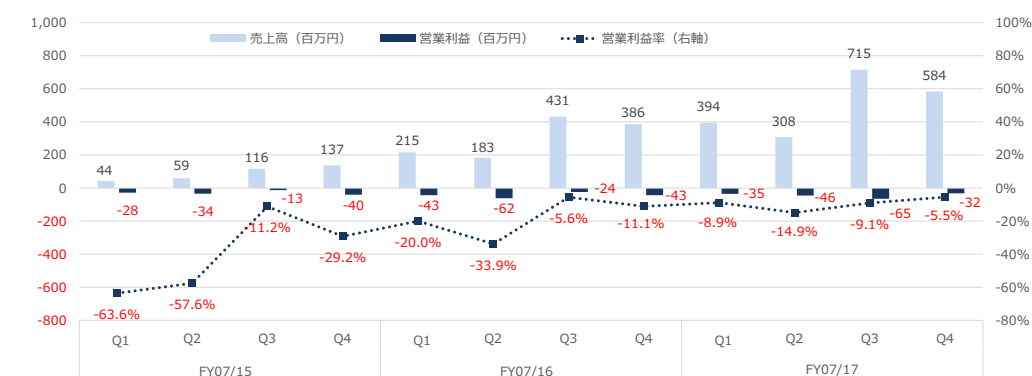
同セグメントの売上高は2,001百万円（前期比64.7%増）、セグメント損失は179百万円（前期は173百万円の損失）となった。

同事業では、大型商材のEC化に本格参入し、自転車通販サイト「cyma-サイマ-」の運営を行っている。

主な収益は自転車の販売代金である。自転車通販サイト「cyma-サイマ-」は2013年12月にサービスを立ち上げて以来、フルフィルメント*強化のため、段階的に投資を重ねてきた。現在まだ投資段階にあるが、事業として順調に軌道に乗り、「自転車を買うならサイマ-」というブランディングを目指し、プロモーション強化を行いつつ、継続して安定的に販売台数を伸ばし増収となった。

*ネット通販における受注管理、在庫管理、ピッキング、商品仕分け・梱包、発送、代金請求・決済処理等、通販ビジネスで最も重要なコアプロセス全般を指す。また、苦情処理・問い合わせ対応、返品・交換対応等のカスタマーサポートや顧客データ管理等の周辺業務も含む。

EC事業：四半期売上高・営業利益、営業利益率



出所：会社データよりSR社作成

2017年7月期配当

2017年7月期の期末配当については、当初予想の1株当たり配当を15円00銭から増額され、1株当たり22円00銭に修正された。これにより、年間配当金は1株当たり27円00銭となり、前期に比べ14円50銭の増配となる。同社は20%前後の配当性向で継続還元を行うことを基本方針としているが、前述の業績予想の修正に伴い、期末配当の修正に至った。

重要な後発事象

同社は、2017年8月8日開催の当社取締役会において、第三者割当による行使価額修正条項付第6回、第7回、第8回新株予約権を発行すること及び、コミットメント契約を締結することを決議した（「直近更新内容」の章を参照）。2017年8月25日に、当該新株予約権の発行価額の総額（7,038,000円）の払込が完了した。行使価額修正条項付第6回新株予約権5,000個のうち、2017年9月6日現在、2,170個が行使され、217,000株の新株が交付された。

2016年7月期通期

2016年7月期通期の連結業績は、売上高は22,968百万円（前期比45.1%増）、営業利益は2,213百万円（同6.0%増）、経常利益は2,095百万円（同3.2%減）、親会社株主に帰属する当期純利益は1,292百万円（同5.1%減）となった。

当期間においては、エンターテインメント事業では、継続して新規スマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）向けゲーム開発に取り組みながら、既存ゲームの効率的な運用を進めた。また、ライフスタイルサポート事業では、各サービスのユーザビリティの向上等さらなる充実に注力し、それぞれの産業領域におけるマーケットシェアの拡大および安定的な成長に向けて取り組んだ。この結果、両事業ともに過去最高のセグメント売上・利益を達成した。

同社は、2015年9月に東京にスマートデバイス向けゲーム開発拠点を新設した。加えて、同12月に事業拡大に伴う従業員の増加を見据えるとともに、グループ企業を集約しより一層の業務の効率化を図るために、本社移転を実施した。当期には、この移転などに伴う一過性費用の発生および地代家賃等の固定費増加はあったが、各事業の成長により、全体の営業利益は前期比で増加し、過去最高となった。

一方、経常利益は、営業外損益で為替差損39百万円（前期は50百万円の為替差益）を計上したこと等により、前期比で減少した。また、親会社株主に帰属する当期純利益も、特別損失としてソフトウェア資産の減損損失を計上したことにより、前期比で減少した。

なお、同社は迅速かつ確かな意思決定を行う体制の構築と業務の効率化を図るため、EC事業本部を新設する組織変更を実施した。これに伴い、「ライフスタイルサポート事業」に属していた「EC事業」は、2016年8月より単独セグメント化し、同社グループの事業セグメントは「エンターテインメント事業」、「ライフスタイルサポート事業」および「EC事業」の3つになる。

セグメント別の業績動向は以下の通りである。

エンターテインメント事業

同セグメントの売上高は12,560百万円（前期比58.7%増）、セグメント利益は2,297百万円となった。

同セグメントの事業では、主にスマートデバイス（スマートフォン・タブレット端末）向けゲームやツールアプリの企画・開発・運営を行っている。

ゲームアプリでは、2013年5月にリリースした本格3D競走馬育成ゲーム「ダービーインパクト（Derby Impact）」、2014年12月にリリースした新感覚リアルタイムRPG「ユニゾンリーグ（Unison League）」および2015年3月にリリースした爽快ひっぱり大戦アクションRPG「三国大戦スマッシュ！」が好調に推移した。また、2016年6月9日にリリースし、同6月23日より課金開始した至高のハイファンタジーRPG「ヴァルキリーコネクト」が好調なスタートを切り、これまでにリリースした同社ゲームアプリのなかでトップクラスの売上規模となり、エンターテインメント事業の業績をけん引する主要タイトルの1つとなった。これにより、エンターテインメント事業は、セグメント売上・利益ともに前期比で大幅に増加し、過去最高のセグメント売上・利益を達成した。

ライフスタイルサポート事業

同セグメントの売上高は10,408百万円（前期比31.5%増）、セグメント利益は1,465百万円（同23.8%増）となった。各事業ともに、安定的かつ継続的に収益を向上し、過去最高のセグメント売上・利益を達成した。

同セグメントの事業では、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト・情報サイト・ECサイト等様々なウェブサービスについて企画・開発・運営を行っている。

サブセグメントでは、引越し関連事業「引越し侍」、自動車関連事業「ナビクル」が、サイトにおける日々の改善、プロモーション活動などにより順調に利用者を増やし、継続して業界トップクラスのシェアを維持した。「すぐ婚navi」を中心としたブライダル関連事業は、全国6エリアに12店舗のBrides Desk（ブライズデスク）を展開し、ご祝儀婚パッケージ等のブライダル周辺サービスを拡充しながらサービスの品質向上に努め、大きな成長を遂げた。「ナビナビキャッシング」を中心とする金融メディア事業は、同業他社と競争が激化するなか、引き続き利用者数を伸ばした。EC事業の自転車通販サイト「cyma-サイマ-」は現在投資段階にあるが、サービスが軌道に乗りつつあり、売上高が前期比で大幅に成長した。

2015年7月期通期

2015年7月期通期の連結業績は、売上高は15,829百万円（前期比31.5%増）、営業利益は2,088百万円（同43.8%増）、経常利益は2,164百万円（同47.2%増）、当期純利益は1,362百万円（同68.6%増）となった。セグメント別でも、エンターテインメント事業、ライフスタイルサポート事業ともに増収増益を達成し、連結ベースでは、過去最高の売上・利益を達成した。

当期間においては、エンターテインメント事業では継続して既存スマートフォンアプリの効率的な運用を進めながら、新規ゲームアプリをリリースし、日本国内向けのみならず、グローバル市場向けの多言語展開を積極的に推進した。一方、ライフスタイルサポート事業では各サービスのさらなる充実に取り組み、それぞれのサービスにおける機能やSEO（検索エンジンの最適化）の強化等、ユーザビリティやカスタマーサポートの品質向上に注力し、それぞれの産業領域におけるマーケットシェアの拡大および安定的な成長に向けて取り組んだ。

セグメント別の業績動向は、以下の通りである。

エンターテインメント事業

同セグメントの売上高は7,914百万円（前期比28.3%増）、セグメント利益は1,771百万円（同25.6%増）となった。

同セグメントの事業では、主にスマートデバイス向けゲーム・ツールアプリの企画・開発・運営、グリー社との協業によるソーシャルゲームの運営を行っている。当期間については、新作タイトルの「ユニゾンリーグ（Unison League）」のTVCMが功を奏し売上を大きくけん引したほか、リリースから2年経過した「ダービーインパクト（Derby Impact）」も増収傾向が継続した。この結果、セグメント全体では、前期比で増収増益となり、過去最高のセグメント売上を達成した。

スマートフォンアプリについては、2012年2月にリリースしたダークファンタジーカードバトルゲーム「ダークサマナー（Dark Summoner）」および2013年8月にリリースしたリアルタイムバトルRPG「レギオンウォー（War of Legions）」が引き続き月商平均1億円強の規模で推移し、高い利益率のタイトルとして寄与した。2013年5月にリリースした本格3D競走馬育成ゲーム「ダービーインパクト」はリリースから2年経過してなお増収傾向にあり、2014年10月には繁体字版を香港・台湾・マカオに配信し、香港のApp StoreおよびGoogle Playのトップセールスランキング上位にランクインするなど、国内外の競馬ゲームジャンルにおいて高い人気を博した。

さらに、当期間において、新感覚リアルタイムRPG 2014年12月に「ユニゾンリーグ（Unison League）」および2015年3月に爽快ひっぱり大戦アクション「三国大戦スマッシュ！」をリリースした。「ユニゾンリーグ」は2015年4月17日より同5月21日まで放映したTVCMが功を奏し、エンターテインメント事業史上最高の月間売上を記録するなどセグメント売上を大きく引上げ、エンターテインメント事業においても過去最高のセグメント売上を達成した。さらに、「ユニゾンリーグ」は2015年5月に英語版、同7月に繁体字版をそれぞれリリースしたことで、早期グローバル展開を果たし、エンターテインメント事業の海外売上が前期比で増加した。

グリー社との協業によるソーシャルゲーム「AKB48ステージファイター」については、これまで同様にグリー社のタイトルとして「GREE」内で提供され、同社はグリー社から分配される収益を売上として計上した。

ライフスタイルサポート事業

同セグメントの売上高は7,914百万円（前期比34.9%増）、セグメント利益は1,183百万円（同46.9%増）となった。

同セグメントの事業では、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト、情報サイト、ECサイト等様々なウェブサービスを企画・開発・運営を行っている。当期間については、安定的かつ継続的に収益を向上し、過去最高のセグメント売上・利益を達成した。

同事業では、各サイトにおける日々の改善、プロモーション活動などにより順調に利用者を増やしており、引越し比較・予約サイト「引越し侍」は業界トップシェアを獲得し、車査定・車買取サイト「ナビクル」も継続して業界トップクラスのシェアを維持した。この結果、両サービスともに過去最高の売上・利益を達成した。「すぐ婚navi」を中心としたブライダル関連事業は、市場のトレンドに沿った周辺サービスを拡充しながら、サービスの品質向上に努め、ブランディング強化に注力した。キャッシング・カードローン総合検索サイト「ナビナビキャッシング」は、同業他社との競争が激化するなか順調に利用者数を増やし、セグメント売上に大きく寄与した。また、自転車通販サイト「cyma-サイマ-」は現在投資段階にあるが、サービスが軌道に乗り、順調に販売台数を増やし、名古屋・東京2極体制で出荷を強化するなど、自転車通販No.1サイトを目指して注力した。

損益計算書

損益計算書 (百万円)	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
売上高	4,064	6,380	10,990	12,036	15,829	22,968	34,603	37,674
YoY	15.5%	57.0%	72.3%	9.5%	31.5%	45.1%	50.7%	8.9%
売上原価	906	928	1,393	2,133	2,390	3,615	5,670	6,961
売上総利益	3,158	5,452	9,597	9,904	13,439	19,353	28,933	30,714
YoY	41.6%	72.6%	76.0%	3.2%	35.7%	44.0%	49.5%	6.2%
売上総利益率	77.7%	85.5%	87.3%	82.3%	84.9%	84.3%	83.6%	81.5%
販売費及び一般管理費	2,709	4,381	7,880	8,451	11,351	17,140	24,856	26,012
売上高販管費比率	66.7%	68.7%	71.7%	70.2%	71.7%	74.6%	71.8%	69.0%
営業利益	449	1,071	1,717	1,452	2,088	2,213	4,078	4,701
YoY	82.7%	138.5%	60.4%	-15.4%	43.8%	6.0%	84.3%	15.3%
営業利益率	11.0%	16.8%	15.6%	12.1%	13.2%	9.6%	11.8%	12.5%
営業外損益	-3	-23	2	18	76	-118	41	29
経常利益	446	1,048	1,719	1,470	2,164	2,095	4,118	4,730
YoY	86.2%	134.9%	64.0%	-14.5%	47.2%	-3.2%	96.6%	14.9%
経常利益率	11.0%	16.4%	15.6%	12.2%	13.7%	9.1%	11.9%	12.6%
特別損益	-10	-39	-30	-106	-73	-237	-264	2
特別利益	9	11			59	7	5	2
特別損失	20	50	30	106	131	244	269	0
法人税等	143	474	615	530	681	504	1,131	1,430
法人税	177	418	647	557	729	566	1,274	1,426
法人税など調整額	-34	56	-32	-27	-48	-62	-143	4
税率	32.8%	47.0%	36.4%	38.8%	32.6%	27.1%	29.4%	30.2%
少数株主持分	-	-	-	-	-	-	-	-
親会社株主帰属当期純利益	258	591	1,042	808	1,362	1,292	2,580	3,306
YoY	334.3%	128.8%	76.4%	-22.5%	68.6%	-5.1%	99.6%	28.2%
利益率	6.4%	9.3%	9.5%	6.7%	8.6%	5.6%	7.5%	8.8%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	FY07/8 単体	FY07/09 単体	FY07/10 単体	FY07/11 単体	FY07/12 単体	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
資産											
現金・預金	-	-	429	553	1,339	1,944	2,217	3,098	3,505	5,004	5,984
売掛金	-	-	614	646	1,209	1,187	1,213	1,788	2,725	3,775	4,128
棚卸資産	-	-	33	9	5	1	80	55	155	366	679
その他	-	-	95	142	176	675	541	1,400	540	674	949
貸倒引当金	-	-	-9	-9	-20	-46	-17	-6	-6	-9	-10
流動資産合計	-	-	1,162	1,341	2,710	3,761	4,034	6,335	6,919	9,810	11,731
建物（純額）	-	-	28	28	32	70	65	37	1,043	1,284	1,286
工具器具備品（純額）	-	-	15	12	14	33	32	30	278	381	399
その他	-	-	-	-	-	-	23	59	-	1	-
有形固定資産合計	-	-	44	40	46	103	120	125	1,322	1,666	1,684
ソフトウェア	-	-	86	149	111	251	219	281	423	276	591
ソフトウェア仮勘定	-	-	-	-	10	160	136	179	199	232	221
のれん	-	-	109	11	-	-	-	-	-	-	1,109
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	149
無形固定資産合計	-	-	196	160	120	410	355	460	622	508	2,070
投資有価証券	-	-	-	-	-	-	520	193	107	378	374
敷金および保証金	-	-	110	134	236	313	328	362	453	584	686
繰延税金資産	-	-	61	88	19	23	51	82	131	169	116
その他	-	-	66	42	23	35	101	107	38	35	49
貸倒引当金	-	-	-3	-3	-1	-3	-5	-7	-5	-9	-9
投資その他の資産合計	-	-	235	261	277	368	995	737	724	1,157	1,217
固定資産合計	-	-	474	461	443	881	1,470	1,322	2,668	3,331	4,972
資産合計	1,323	1,739	1,637	1,802	3,153	4,642	5,505	7,657	9,587	13,141	16,703
負債											
買掛金	-	-	100	48	62	68	55	105	192	405	466
短期有利子負債	-	-	224	165	100	-	-	1,700	1,166	632	100
未払金	-	-	161	221	608	477	660	1,017	2,116	2,487	2,418
その他	-	-	151	224	384	591	590	826	653	1,678	1,481
流動負債合計	-	-	636	658	1,154	1,136	1,306	3,648	4,127	5,203	4,465
長期有利子負債	-	-	220	106	-	-	-	-	-	-	-
その他	-	-	417	552	1,154	1,136	1,306	3,648	4,127	5,203	4,465
固定負債合計	-	-	220	106	-	-	-	-	388	481	485
有利子負債（短期及び長期）	-	-	444	270	100	-	-	1,700	1,166	2,487	2,418
負債合計	-	-	856	763	1,154	1,136	1,306	3,648	4,515	5,684	5,048
純資産											
資本金	38	48	55	55	241	524	531	533	535	536	836
資本剰余金	-	-	29	29	214	498	505	507	509	510	829
利益剰余金	-	-	696	954	1,545	2,479	3,095	4,263	5,150	7,493	10,383
自己株式	-	-	-	-	-	-	-	-1,404	-1,223	-1,178	-482
株主資本合計	542	707	780	1,039	1,999	3,500	4,130	3,901	4,971	7,361	11,566
新株予約権	-	-	-	-	-	5	68	108	101	96	86
その他有価証券評価差額金	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
少数株主持分	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
純資産合計	542	707	780	1,039	1,999	3,506	4,199	4,009	5,072	7,457	11,655
運転資金	-	-	548	607	1,153	1,120	1,237	1,738	2,687	3,736	4,342
有利子負債合計	-	-	444	270	100	-	-	1,700	1,166	2,487	2,418
ネット・デット	-	-	15	-283	-1,239	-1,944	-2,217	-1,398	-2,339	-2,517	-3,566

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

資産

流動資産の中心は現預金および売掛金であるが、EC事業を開始したことに伴い棚卸資産が増加傾向にある。有形固定資産の主要項目は建物であり、2015年の本社移転や東京スタジオ開設などに伴い増加している。また、無形固定資産の主要項目はソフトウェアであり、同社ではゲーム関連の開発費を資産計上している。2018年月期末には期中に取得したIncrements株式会社に関連したのれん1,109百万円を計上している。

負債

同社は、収益が安定的に成長する一方で、大きな設備投資を必要としないため、キャッシュフローはインフローの状態が継続している。この結果、2011年7月期以降は、現預金が有利子負債を上回る状況（即ち、ネットキャッシュ）の状態が続いている。

純資産

純資産に占める評価・換算差額等の影響は軽微であり、株主資本が中心である。株主資本は、自社株買の実施により、2015年7月期は一時的に減少したが、趨勢的には利益剰余金の積み上げにより増加傾向が続いている。

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 (百万円)	FY07/08	FY07/09	FY07/10	FY07/11	FY07/12	FY07/13	FY07/14	FY07/15	FY07/16	FY07/17	FY07/18
	単体	単体	単体	単体	単体	連結	連結	連結	連結	連結	連結
営業活動によるキャッシュフロー(1)	-	-	467	375	816	1,109	1,209	1,677	1,731	3,463	2,790
投資活動によるキャッシュフロー(2)	-	-	-77	-77	-223	-560	-899	-1,121	-535	-1,213	-2,257
FCF(1+2)	-	-	390	298	593	548	309	556	1,196	2,250	532
財務活動によるキャッシュフロー	-	-	-330	-173	194	357	-176	111	-766	-768	444
減価償却費及びのれん償却費(A)	-	-	117	83	107	92	205	215	382	478	498
設備投資(B)	-	-	-6	-7	-17	-102	-66	-53	-1,023	-354	-418
運転資金増減(C)	-	-	-	59	546	-33	118	501	949	1,048	606
単純FCF(NI+A-B-C)	-	-	-	289	169	1,270	961	1,129	1,748	2,364	3,616

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

営業活動によるキャッシュフロー

営業活動によるキャッシュフローの変動は、当期純利益による影響が大きい。営業キャッシュフローは、安定的な事業規模拡大に伴う当期純利益の成長により増加傾向が続いている。

投資活動によるキャッシュフロー

投資活動によるキャッシュフローの主な変動要因は、有形固定資産および無形固定資産の取得であるが、多額の設備投資を必要としないため、営業キャッシュフローよりも少額にとどまっている。なお、2018年7月期については、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出などがあったため、相対的な支出額は大きくなった。

財務活動によるキャッシュフロー

財務活動によるキャッシュフローの変動は、有利子負債の増減および自己株式の取得による影響が大きい。2018年7月期は、短期借入金の返済をおこなった一方で、株式の発行と自己株式の処分による収入があったことによりプラスとなった。

その他の情報

沿革

1997年6月	林高生の個人事業として、ソフトウェアの受託開発を開始
2000年2月	有限会社エイチームを岐阜県多治見市に設立
2000年8月	従来型携帯電話向けコンテンツの受託開発を開始
2003年12月	従来型携帯電話向け公式サイトの運営を開始
2004年11月	株式会社に組織変更
2006年6月	現在におけるライフスタイルサポート事業の初サービスとなる「引越し価格ガイド」サービスを開始
2006年9月	KDDI株式会社のEZアプリ（BREW）において、同サービス初のMMORPG「エターナルゾーン」をリリース
2007年9月	中古車買取価格の一括査定サイト「かんたん車査定ガイド」サービスを開始
2008年10月	結婚式の検索・予約・情報サイト「すぐ婚navi」サービスを開始
	同社初のiOS搭載端末向けアプリをリリース
2009年8月	同社初のソーシャルアプリをリリース
2010年7月	女性向け体調管理・悩み相談サイト「ラルーン」サービスを開始
	同社初のAndroid搭載端末向けアプリをリリース
2011年8月	グリー株式会社と業務提携
2012年4月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
2012年11月	東京証券取引所市場第一部に上場
2013年2月	株式会社A.T.brides（現エイチームブライズ）を設立
2013年8月	株式会社引越し侍（現エイチーム引越し侍）、株式会社A.T.サポート（現エイチームコネクト）、株式会社エイチームライフスタイルを設立
2013年12月	NHNエンターテインメントと資本業務提携
2014年1月	NHNエンターテインメントとの合併会社 株式会社Ateam NHN Entertainmentを設立
2015年9月	NHNエンターテインメントとの資本提携を解消
	株式会社Ateam NHN Entertainmentを解散
	東京スタジオを開設
2015年12月	本社を名古屋市中村区に移転
2017年2月	子会社としてAteam Vietnam Co., Ltd.を設立
2017年12月	Increments株式会社を連結子会社化

出所：会社資料をもとにSR社作成

ニュース&トピックス

2018年2月

2018年2月16日、同社は、2018年7月期第2四半期業績予想の修正を発表した。

2018年7月期第2四半期累計期間会社予想の修正

- ▷ 売上高：18,000百万円（前回予想：18,500百万円）
- ▷ 営業利益：2,000百万円（同1,350百万円）
- ▷ 経常利益：2,000百万円（同1,350百万円）
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益：1,330百万円（同900百万円）

▷ EPS：68.91円（同46.90円）

業績予想の修正理由

全体では、売上高は期初の上半期計画を若干下回るが、利益は大幅に上回る見込みとなった。売上高については、主にエンターテインメント事業におけるゲームアプリが予想を下回る推移となった。一方、営業利益については、主にライフスタイルサポート事業における利用者数の増加による利益寄与に加え、広告の効率運用などにより、期初の上半期計画を大幅に上回る着地が見込まれる。経常利益については、営業外収益・費用の影響は軽微であるとみており、親会社株主に帰属する当期純利益は、当第1四半期の実績に基づき見込数値を算出している。

通期連結業績予想については、エンターテインメント事業において新規ゲームアプリのリリースを控えており、初期広告投資が必要なこと、ライフスタイルサポート事業の繁忙期対応など、事前に予測不可能な内外的要因などの不確定要素により、信憑性の高い業績予想数値を算出することが極めて困難であることから、現段階では従来予想を据え置くこととし、業績予想が大きく変動する見込みが生じた場合には、速やかに公表するとしている。

2017年12月

2017年12月22日、同社は、Increments社の株式取得（子会社化）、及び第三者割当による自己株式処分にに関して発表した。

Increments社の株式取得（子会社化）

同社は、Increments株式会社の発行済株式の100%を取得し、連結子会社化することを決議した。

株式取得の目的

同社は、Increments社は「同社が自社で容易に参入できない、或いは参入に時間のかかる事業を持つ企業」に該当し、当該株式を100%取得することで、そのアセットやノウハウの活用により、新たな事業展開を加速させ、同社グループの中長期的な成長及び企業価値の向上につながると確信したため、本株式取得を決議した。

Increments社は、ソフトウェアの開発におけるエンジニアの開発効率を向上するサービスやツールを通して、様々なサービスの提供を促進することで、社会に貢献することを目指している。そのための事業として、プログラマ向けの技術情報共有サービス「Qiita」及び手軽に書けるチーム内情報共有ツール「Qiita:Team」の開発・運営を行っている。

今後の事業戦略

当該株式取得後、同社グループとIncrements社は、Increments社が掲げるミッション「エンジニアを最高に幸せにする」を共に達成していくべく、同社グループのこれまでに培ってきた事業開発ノウハウを活用しながら、両社のエンジニア間の知識・スキルを融合することで、「Qiita」及び「Qiita:Team」の更なる成長を目指す。また、上述のノウハウの活用及び知識・スキルの融合により、「Qiita」及び「Qiita:Team」におけるエンジニア情報を活用した新規事業の創出により、同社グループの事業領域を拡大し、経営基盤の強化を図る。

取得株式数・取得価額及び取得前後の所有株式の状況

- ▷ 異動前の所有株式数：0株
- ▷ 取得株式数：162,506株（議決権の数：162,506個）
- ▷ 取得価額：1,453百万円（概算額、うち、Increments社株式1,446百万円、アドバイザー費用等（概算額6百万円））
- ▷ 異動後の所有株式数：162,506株（議決権の数：162,506個、議決権所有割合100%）

取得の日程

- ▷ 契約締結日：2017年12月22日
- ▷ 株式引受実行日：2017年12月25日

第三者割当による自己株式処分

同社は、第三者割当による自己株式の処分を行うことについて決議した。

第三者割当による自己株式処分の概要

- ▷ 処分期日：2018年1月31日
- ▷ 処分株式数：同社普通株式15,000株
- ▷ 処分価額：1株につき2,816円
- ▷ 資金調達の額：42,240,000百万円
- ▷ 処分方法：第三者割当による処分
- ▷ 処分先：海野弘成氏

割当予定先の海野氏は、連結子会社化したIncrements社の創業者兼代表取締役である。海野氏は、同社がIncrements社の株式を取得し、連結子会社化した後も引き続きIncrements社の代表取締役を務めることに合意し、同社グループと共にさらなる成長を目指していくことに意欲を示している。同社は、海野氏に同社の自己株式を割り当てることで、同社連結子会社の経営陣としてのみならず、海野氏の同社グループの経営への参画意識を高め、ビジネスシナジーの実現及び資本市場における一層の企業価値向上を図る上で有益であると判断した。

Increments社の最近3年間の経営成績および財政状態

(千円)

	2015年2月期	2016年2月期	2016年12月期
純資産	34,154	333,530	253,303
総資産	37,825	340,607	275,148
1株当たり純資産 (円)	25,679	2,052	1,559
売上高	33,732	73,631	89,953
営業損益	-17,632	-33,413	-78,711
経常損益	-17,625	-33,751	-78,721
当期純損益	-17,807	-34,041	-80,227
1株当たり当期純損益 (円)	-13,388	-209	-494

出所：会社データよりSR社作成

Increments社は2015年4月に1株につき100株の割合をもって株式分割を行っており2016年2月期・2016年12月期の1株当たり純資産、1株当たり当期純損益は株式分割後の数値である。

2017年8月

2017年8月8日、同社は、第三者割当による行使価額修正条項付第6回～第8回新株予約権の発行、及びコミットメント契約に関して発表した。

募集の概要

割当日	2017年8月25日	
発行新株予約権数	18,000個 第6回新株予約権 5,000個 第7回新株予約権 5,000個 第8回新株予約権 8,000個	
発行価額	第6回新株予約権1個当たり772円 第7回新株予約権1個当たり362円	

	第8回新株予約権1個当たり171円 (本新株予約権の払込総額 7,038,000円)
当該発行による潜在株式数	潜在株式数：計1,800,000 (本新株予約権1個当たり100株) 第6回新株予約権 500,000株 第7回新株予約権 500,000株 第8回新株予約権 800,000株 下限行使価額においても、潜在株式数は計1,800,000株
資金調達額	9,853,538,000円 (差引手取概算額)
行使価額及び行使価額の修正条件	第6回新株予約権 2,705円 第7回新株予約権 5,000円 第8回新株予約権 7,500円 下限行使価額は、第6回新株予約権1,623円、第7回新株予約権5,000円、第8回新株予約権7,500円。行使価額は、当該新株予約権の各行使請求の効力発生日の直前取引日の同社普通株式の終値の92%に相当する金額に修正されるが、その価額が下限行使価額を下回る場合には、下限行使価額を修正後の行使価額とする。
募集または割当方法	第三者割当の方式による
割当予定先	大和証券株式会社
その他	同社は、大和証券株式会社との間で、金融商品取引法に基づく届出の効力発生後に、当該新株予約権に係る買取契約及びコミットメント契約を締結する予定であり、コミットメント契約には、同社による本新株予約権の行使の要請、同社による本新株予約権の行使の禁止、割当予定先による本新株予約権の取得に係る請求が定められている。また、当該新株予約権買取契約及びコミットメント契約において、割当予定先は、同社取締役会の承認がない限り、当該新株予約権を同社以外の第三者に譲渡することはできない旨並びに割当予定先が当該新株予約権を譲渡する場合には、あらかじめ譲渡先となる者に対して、同社との間で譲渡制限の内容及びコミットメント契約の内容を約束させ、また、譲渡先となる者がさらに第三者に譲渡する場合にも同社に対して同様の内容を約束させるものとする旨を規定する予定である。なお、割当予定先が、当該新株予約権の行使により交付された株式を第三者に譲渡することを妨げない。

調達資金の使途

具体的な使途	金額 (百万円)	支出予定時期
エンターテインメント事業における開発資金等及び広告宣伝費	5,000	2017年8月～2020年7月
M&A資金	4,854	2018年8月～2021年7月
合計	9,854	-

2017年6月

2017年6月9日、同社は2017年7月期第3四半期決算、業績予想及び配当予想の修正を発表した。

2017年7月期通期会社予想の修正

- ▷ 売上高：34,000百万円 (前回予想：32,000百万円)
- ▷ 営業利益：3,800百万円 (同3,300百万円)
- ▷ 経常利益：3,830百万円 (同3,250百万円)
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益：2,500百万円 (同2,150百万円)
- ▷ EPS：132.24円 (同113.74円)

業績予想の修正理由

エンターテインメント事業では、2016年6月にリリースした至高のハイファンタジーRPG「ヴァルキリーコネクト」、2014年12月にリリースした新感覚リアルタイム RPG「ユニゾンリーグ」等の既存タイトルが好調に推移し、売上・利益ともに計画を上回った。しかし、2016年12月にリリースした覚醒少女バトルRPG「放課後ガールズトライブ」が低調につき、売上が期初計画を下回り、広告宣伝費が一部未消化となった。結果、売上がほぼ予想通り、営業利益は期初予想を大幅に上回る見込みとなった。

ライフスタイルサポート事業では、売上・利益ともに期初予想を大幅に上回る見通し。サブセグメント事業別では、引越し関連・自動車関連・金融メディアが予想を上回った。EC事業については、売上は期初予想を上回る着地となる見込みであるが、広告投資等の費用が期初計画をやや上回り、営業利益は期初予想をやや下回る着地となる見込み。また、全社共通部門においても期初計画の費用が一部未消化となったため、全体として売上・営業利益ともに期初予想を上回って推移した。経常利益については、主にエンターテインメント事業の海外売上為替差損を見込んでいたが、為替差益に転じる見込み。

2017年7月期期末配当予想の修正

2017年7月期の期末配当については、当初予想の1株当たり配当を15円00銭から増額し、1株当たり22円00銭に修正する。これにより、年間配当金は1株当たり27円00銭となり、前期に比べ14円50銭の増配となる予定である。

配当予想の修正理由

同社は20%前後の配当性向で継続還元を行うことを基本方針としているが、前述の業績予想の修正に伴い、期末配当の修正に至ったとのこと。

2017年2月

2017年2月1日、同社は2017年7月期第2四半期（上期）業績予想の修正を発表した。

2017年7月期第2四半期（上期）会社予想の修正

- ▷ 売上高：15,100百万円（前回予想：14,800百万円）
- ▷ 営業利益：900百万円（同300百万円）
- ▷ 経常利益：950百万円（同300百万円）
- ▷ 親会社株主に帰属する当期純利益：570百万円（同180百万円）
- ▷ EPS：30.16円（同9.52円）

業績予想の修正理由

今上期については、ライフスタイルサポート事業及び EC 事業については、ほぼ計画通りであるとのこと。ただし、エンターテインメント事業において、新感覚リアルタイム RPG「ユニゾンリーグ」及び至高のハイファンタジーRPG「ヴァルキリーコネクト」が好調に推移し、セグメント売上・利益が計画を上回る要因になった。また、2016年12月にリリースした覚醒少女バトルRPG「放課後ガールズトライブ」がリリース遅延により、上期計画の広告宣伝費が一部未消化となり、営業利益が事前の予想を大幅に上回る見込みであるとしている。経常利益では、主にエンターテインメント事業の海外売上による為替差益を見込んだとしている。なお、通期連結業績予想については、予測不可能な内外的要因等の不確定要素があるとして、据え置かれた。

大株主（2018年7月31日現在）

氏名又は名称	所有株式数 (株)	割合
株式会社林家	5,600,000	28.4%
林 高生	706,000	3.6%
牧野 隆広	585,000	3.0%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	524,100	2.7%
日本トラスティサービス・信託銀行株式会社（信託口）	509,100	2.6%
GOVERNMENT OF NORWAY	462,844	2.3%
BBH/SUMITOMO MITSUI TRUST (UK) LIMITED FOR SMT TRUSTEES (IRELAND) LIMITED FOR JAPAN SMALL CAP FUND CLT AC	422,800	2.1%
エイチーム従業員持株会	414,000	2.1%
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505325	240,900	1.2%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口5）	235,800	1.2%
発行済株式数（自己株式を除く）	19,702,638	100.0%

出所：会社資料よりSR社作成

配当方針

同社は、財務基盤を強固にすること、積極的な事業展開を行っていくことが重要であると考えると同時に、株主への利益還元を重要な経営課題と位置づけている。配当については、基本的に、継続して配当性向20%前後の株主還元を目指すとしている。

コーポレート・ガバナンスおよびトップマネジメント

コーポレート・ガバナンスの状況（2017年10月27日現在）

資本構成	
支配株主の有無	無
親会社のコード	無
組織形態・取締役関係	
組織形態	監査役設置会社
定款上の取締役員数	7 人
定款上の取締役任期	1 年
取締役員数	5 人
うち社外取締役人数	1 人
社外取締役のうち独立役員の人数	1 人
指名委員会又は報酬委員会に相当する任意の委員会の有無	無し
定款上の監査役員数	3 人
監査役員数	3 人
うち社外監査役人数	2 人
社外監査役のうち独立役員の人数	1 人
独立役員人数（社外取締役、社外監査役合計）	2 人
その他	
議決権電子行使プラットフォームへの参加	-
取締役報酬の開示状況	総額を開示
報酬の額又はその算定方法の決定方針の有無	有
買収防衛策の有無	無

出所：同社のコーポレート・ガバナンスに関する報告書をもとにSR社作成

トップマネジメント

代表取締役社長林高生（はやしたかお、1971年生まれ）

同氏は、小学生だった1982年12月からコンピュータプログラミングを開始。1987年3月多治見市立多治見中学校を卒業後、学習塾経営やさまざまなアルバイトを経験したのちに、1997年6月に個人事業としてソフトウェアの受託開発を開始。2000年2月に有限会社エイチームを設立し、代表取締役社長に就任し、2004年に株式会社に改組し現在に至る。

従業員の状況

セグメント別従業員数

(人)	FY07/12 単独	FY07/13 連結	FY07/14 連結	FY07/15 連結	FY07/16 連結	FY07/17 連結	FY07/18 連結
従業員数	264(28)	385(61)	466 (65)	471 (57)	535 (40)	678 (40)	890 (45)
事業別従業員数							
エンターテインメント事業	138 (18)	221 (14)	254 (12)	226 (13)	225(14)	255(13)	300(12)
ライフスタイルサポート事業	87 (4)	124 (30)	180 (48)	209 (14)	262(25)	322(25)	458(24)
EC事業	-	-	-	-	-	45(1)	60(2)
全社(共通)	39 (6)	40 (17)	32 (5)	36 (-)	48(1)	56(3)	72(7)

出所：会社資料よりSR社作成

*カッコ内は平均臨時従業員数（外数）。

単体における従業員の状況（2018年7月31日現在）

従業員数(人)	平均年齢（才）	平均勤続年数(年)
411 (21)	32.0	4.6

出所：会社資料よりSR社作成

*カッコ内は平均臨時従業員数（外数）。

ところで

社名の「ATEAM」は、創業者の林高生が幼少時にアメリカのTVドラマ「特攻野郎Aチーム」を見ていたことに由来している。Aクラスのスペシャルな人材が集まってチームワークで困難を乗り越えていく、という思いが込められている。

企業概要

企業正式名称	本社所在地
株式会社エイチーム（英文名 Ateam Inc.）	名古屋市中村区名駅三丁目28番12号 大名古屋ビルヂング 32F
代表電話番号	上場市場
052-747-5550	東証1部
設立年月日	上場年月日
2000年2月29日	2012年4月4日
HP	決算月
http://www.a-tm.co.jp/	7月
IRページ	
http://www.a-tm.co.jp/ir/	

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。SR社の現在のレポートカバレッジは以下の通りです。

株式会社アイスタイル	株式会社ゲームカード・ジョイコホールディングス	日医工株式会社
あいホールディングス株式会社	株式会社ココカラファイン	日進工具株式会社
株式会社アクセル	コムシスホールディングス株式会社	日清紡ホールディングス株式会社
アコーディア・ゴルフ・トラスト	サトーホールディングス株式会社	日本エマーゼンシーアシスタンス株式会社
株式会社アジュバンコスメジャパン	株式会社サニックス	日本KFCホールディングス株式会社
アズビル株式会社	サンバイオ株式会社	日本工営株式会社
アズワン株式会社	株式会社サンリオ	日本駐車場開発株式会社
株式会社アダストリア	株式会社ザッパラス	日本電計株式会社
アニコムホールディングス株式会社	株式会社シグマクシス	ネットワンシステムズ株式会社
アネスト岩田株式会社	シッパヘルスケアホールディングス株式会社	株式会社ハウストウ
A P A M A N株式会社	株式会社シンクロ・フード	伯東株式会社
株式会社アバント	シンバイオ製薬株式会社	株式会社ハビネット
アンジェス株式会社	株式会社シーアールイー	株式会社ハーモニック・ドライブ・システムズ
アンリツ株式会社	株式会社ジンス	株式会社ビジョナリーホールディングス
アース製薬株式会社	株式会社ジェイ・エス・ピー	株式会社ビジョン
アースパークホールディングス株式会社	株式会社ジェイテックコーポレーション	BEENOS 株式会社
株式会社RVH	Jトラスト株式会社	ビジョン株式会社
株式会社イエローハット	株式会社JPホールディングス	株式会社ビーロット
イオンディライト株式会社	ジャパンベストレスキューシステム株式会社	フィールズ株式会社
株式会社イオンファンタジー	GCA株式会社	株式会社フェローデックホールディングス
株式会社イグニス	スター・マイカ株式会社	藤田観光株式会社
伊藤忠エネクス株式会社	株式会社ストライク	フリービット株式会社
株式会社IDOM	株式会社スノーピーク	株式会社FRONTEO
稲畑産業株式会社	株式会社スリー・ディー・マトリックス	株式会社ベネフィット・ワン
株式会社インテリジェントウェイブ	生化学工業株式会社	株式会社ベルパーク
インフォコム株式会社	株式会社セリア	株式会社マキュリアインベストメント
株式会社インフォマート	株式会社セレス	松井証券株式会社
株式会社エイジア	ソレイジア・ファーマ株式会社	マネックスグループ株式会社
株式会社エイチーム	ソースネクスト株式会社	株式会社三城ホールディングス
株式会社エス・エム・エス	太陽ホールディングス株式会社	株式会社ミライト・ホールディングス
SBSホールディングス株式会社	株式会社高島屋	株式会社ミルボン
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社	タキヒヨー株式会社	株式会社メディカルシステムネットワーク
株式会社FPG	株式会社ダイセキ	株式会社メディネット
株式会社エボラブルアジア	中国塗料株式会社	コシロ化学工業株式会社
エリアリンク株式会社	株式会社チヨダ	株式会社夢真ホールディングス
エレコム株式会社	株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ	夢の街創造委員会株式会社
エン・ジャパン株式会社	株式会社ティア	株式会社ユーグレナ
沖電気工業株式会社	株式会社TKC	株式会社吉野家ホールディングス
株式会社小野測器	DIC株式会社	株式会社ラウンドワン
株式会社オンワードホールディングス	デジタルアーツ株式会社	株式会社ラクーンホールディングス
株式会社オークファン	株式会社デジタルガレージ	株式会社ラックランド
亀田製菓株式会社	株式会社デジタルハーツホールディングス	リゾートトラスト株式会社
株式会社 CARTA HOLDINGS	株式会社デンポノバージョン	株式会社良品計画
カルナバイオサイエンス株式会社	株式会社TOKAIホールディングス	レーザーテック株式会社
キャンノンマーケティングジャパン株式会社	株式会社ドリームインキュベータ	株式会社レーサム
クミアイ化学工業株式会社	株式会社ドンキホーテホールディングス	株式会社ワイヤレスゲート
株式会社クリーク・アンド・リバー社	株式会社トリステージ	
グランディハウス株式会社	内外トランスライン株式会社	
ケイアイスター不動産株式会社	長瀬産業株式会社	
ケネディクス株式会社	ナノキャリア株式会社	

※投資運用先銘柄に関するレポートをご希望の場合は、弊社にレポート作成を受託するよう各企業に働きかけることをお勧めいたします。また、弊社に直接レポート作成をご依頼頂くことも可能です。

ディスクレーマー：本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものでもありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示：本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ／Shared Research Inc.

東京都文京区千駄木3-31-12

HP: <https://sharedresearch.jp>

TEL: 03-5834-8787

Email: info@sharedresearch.jp