

2025年3月期 第3四半期 決算説明資料

2025年2月14日

株式会社ハルメクホールディングス
(証券コード：7119)

ハルメクグループは、
50代からの女性がよりよく生きることを応援します。

これからのために、生きてきた

ハルメク

h a l m e k

1. 2025年3月期 第3四半期 決算概要
2. 成長戦略と今期の取り組みの進捗状況
3. 2025年3月期 業績予想
4. 2025年3月期 配当予想

1. 2025年3月期 第3四半期 決算概要

業績ハイライト（連結損益計算書）

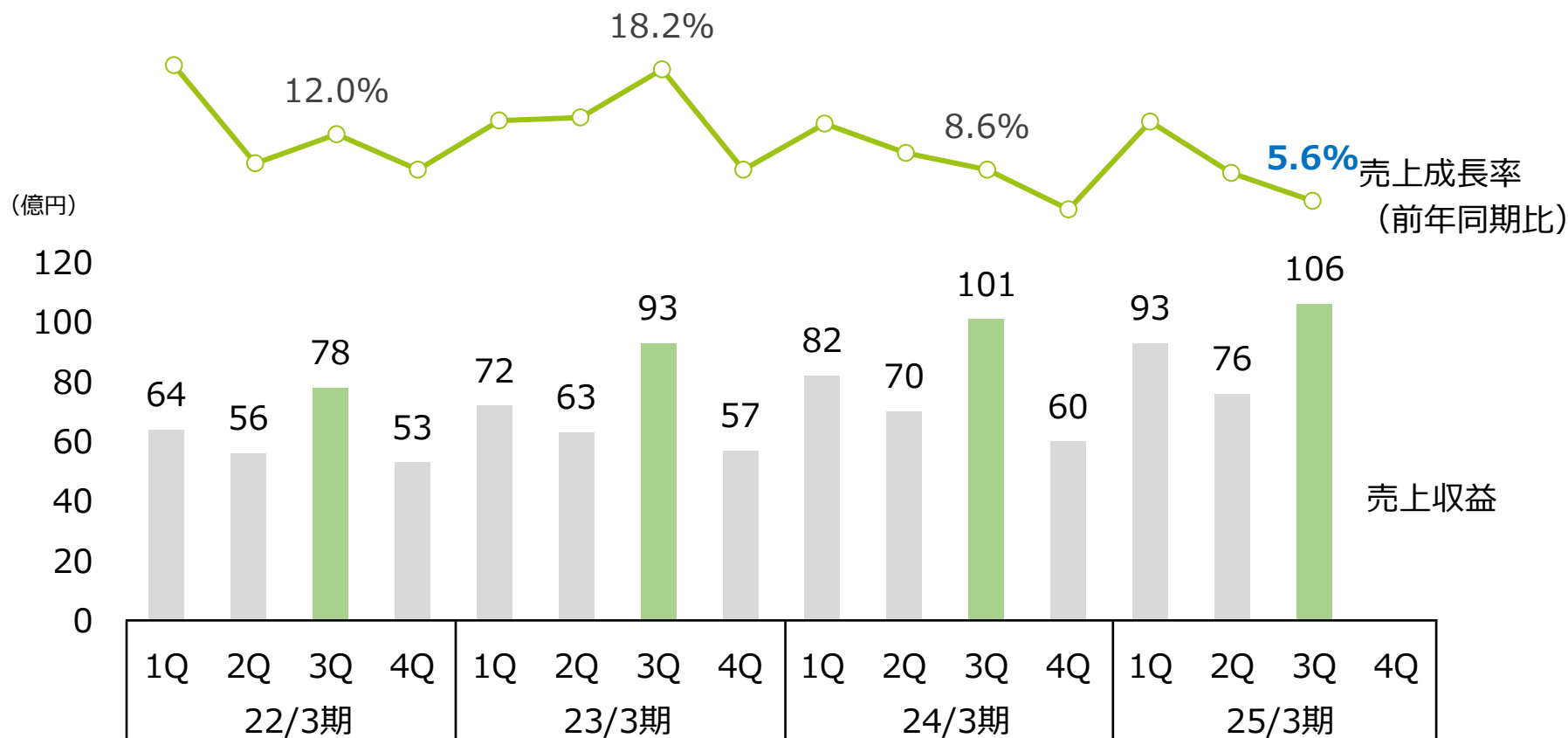
- 売上は増収を継続し、第3四半期累計期間において過去最高を更新
- 営業利益はシステム除却損2.2億円（2Q）の計上等により前年同期比減益も、**通期業績予想を上回る水準で推移**
- **通期業績予想は達成を見込む**

(IFRS基準)	24/3期 第3四半期	25/3期 第3四半期	前期比		(ご参考) 通期業績予想
			増減額	増減率	
売上収益	25,366	27,603	+ 2,236	+ 8.8%	34,000
営業利益	1,732	1,255	△476	△27.5%	1,000
税引前利益	1,568	1,221	△346	△22.1%	950
四半期利益	1,040	843	△197	△18.9%	600

単位：百万円

四半期別業績推移（売上収益）

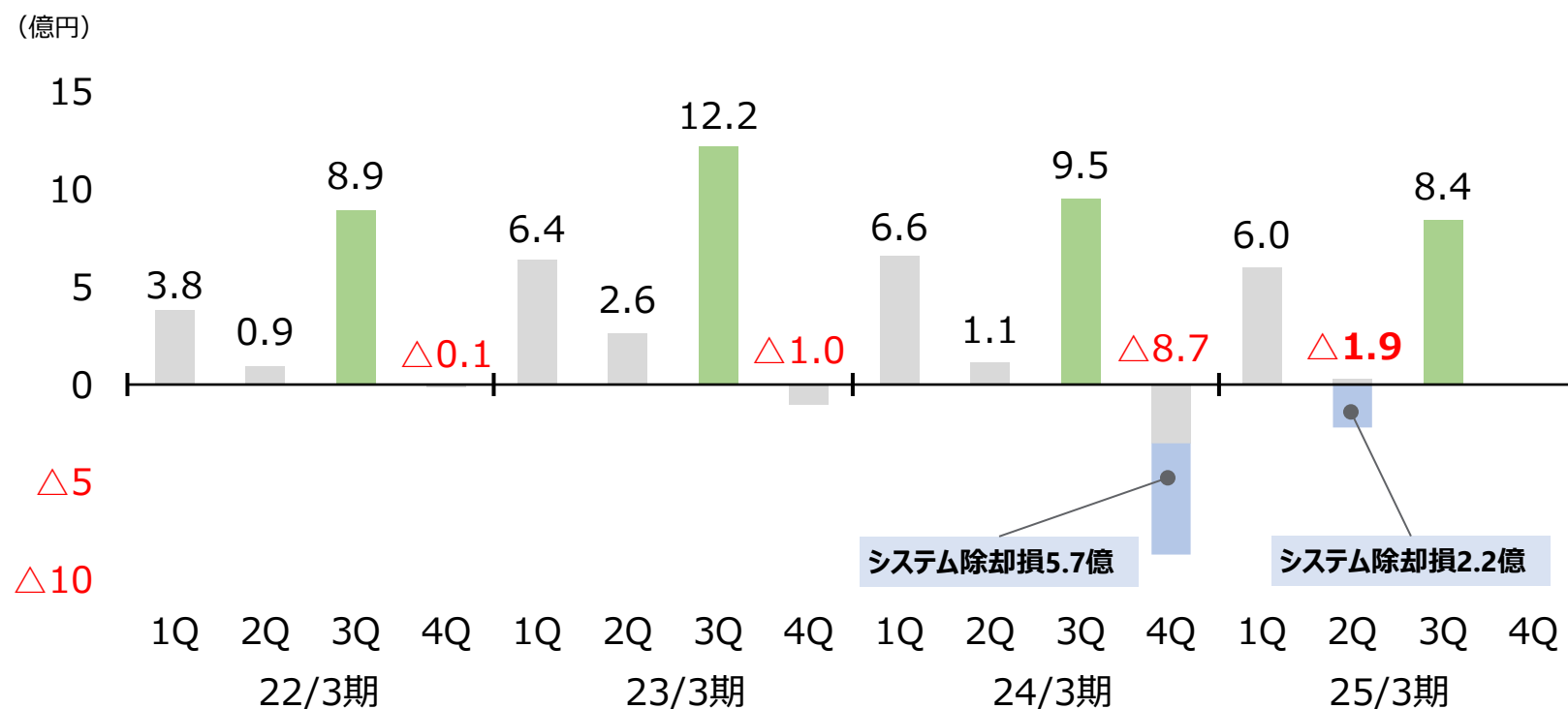
- 第3四半期は前年同期を5.6%上回った



* 22/3期の売上成長率（前年同期比）は（旧）株式会社ハルメクホールディングスの2020年8月期（2020年4月1日から2020年8月3日）の連結業績と当社の2021年3月期（2020年8月4日から2021年3月31日）の連結業績を単純合算した数値（未監査）と比較して試算しています。

四半期別業績推移（営業利益）

- **第3四半期は、前年同期比減益**
- 当社の業績は季節性があり、第1、第3四半期に利益が大きくなる傾向がある



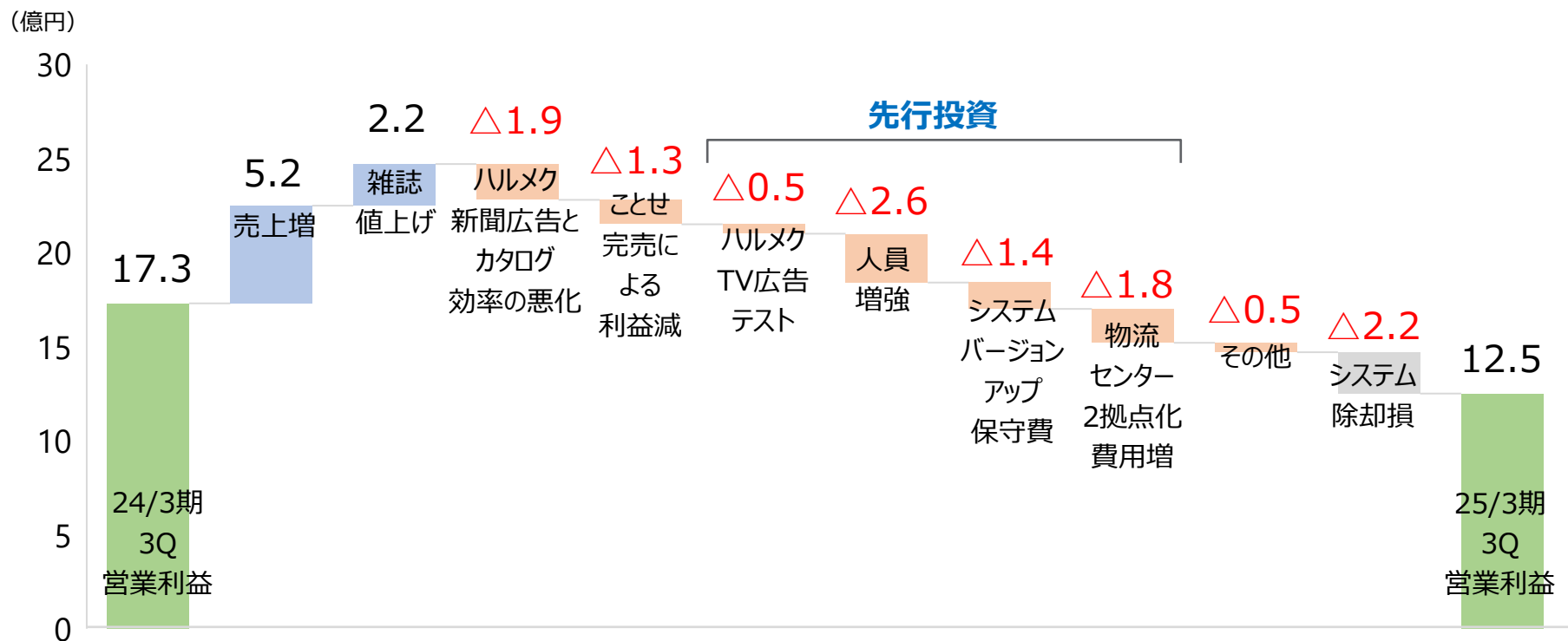
2025年3月期 第3四半期 営業利益の分析（事業別）

- 情報コンテンツ事業は、**雑誌値上げにより利益性が改善**
- ハルメク物販は、**カタログ効率（媒体費率）悪化と減価償却費増により利益減**
- ことせ物販は、**完売に伴う売り逃しにより利益減**
- 法人事業は、大口クライアント剥落の影響を新規クライアントの開拓で挽回し利益増
- その他連結調整等は、倉庫2拠点化による費用増
- デジタル投資戦略の再検討を行い次期システムの開発を中止したことで**システム除却損2.2億円を2Qに計上**



2025年3月期 第3四半期 営業利益の分析（要因別）

- 雑誌値上げにより利益性が改善
- ハルメク新聞広告とカタログ効率の悪化、ことせ完売による売り逃しにより利益減
- ハルメクTV広告テスト、人員増強、システムバージョンアップ保守費増、物流センター2拠点化費用増等などの先行投資により利益減（**先行投資の効果は26年3月期の業績予想に反映予定**）
- デジタル投資戦略の再検討を行い次期システムの開発を中止したことで**システム除却損2.2億円を2Qに計上**



事業別業績

- **グループ連結**のEBITDAは前年比減益（IFRS営業利益との主な違いはシステム除却損が含まれないこと）
- **基盤事業**は増収もEBITDAは微減
- **法人事業**は売上微減も利益増、**先行投資事業**は「花と緑の研究所」を買収したことを主因に増収、赤字減少

(日本基準)		24/3期 第3四半期	25/3期 第3四半期	前期比	
				増減額	増減率
グループ連結	売上	25,371	27,628	+2,257	+8.9%
	EBITDA	2,067	1,913	△154	△7.5%
	(マージン)	8.2%	6.9%	—	—
基盤事業	売上	24,610	26,421	+1,811	+7.4%
	EBITDA	2,095	2,016	△79	△3.8%
	(マージン)	8.5%	7.6%	—	—
法人事業	売上	942	903	△39	△4.1%
	EBITDA	91	106	+14	+16.2%
	(マージン)	9.8%	11.8%	—	—
先行投資事業	売上	111	488	+376	+337.0%
	EBITDA	△326	△283	+42	—
調整額	売上	△294	△185	+108	—
	EBITDA	206	74	△132	—

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、4ページの業績ハイライトと一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販＋現EC＋店舗＋新聞外販）」「ことせ物販」
法人事業：ハルメク・エイジマーケティングが担当しているシニア企業向けにマーケティング戦略立案から実行・改善までをトータルで支援するB2B事業
先行投資事業：HALMEK up（講座・イベント含）、プレシニア向け物販、コミュニティ（押し花）、サービス（終活）、中国事業準備

単位：百万円

- **情報コンテンツ**は、読者数増と雑誌「ハルメク」の購読料値上げにより増収増益
- **ハルメク物販**は増収も、広告効率が前年同期より悪化し減益
- **ことせ物販**は、完売増加に伴う売り逃しの多数発生等により減益

(日本基準)		24/3期 第3四半期	25/3期 第3四半期	前期比	
				増減額	増減率
基盤事業	売上	24,610	26,421	+1,811	+7.4%
	EBITDA	2,095	2,016	△79	△3.8%
	(マージン)	8.5%	7.6%	—	—
	情報 コンテンツ	売上	2,536	2,810	+274
	EBITDA	577	687	+110	+19.1%
	(マージン)	22.8%	24.5%	—	—
ハルメク 物販	売上	15,820	17,305	+1,484	+9.4%
	EBITDA	1,416	1,359	△57	△4.1%
	(マージン)	9.0%	7.9%	—	—
ことせ物販	売上	6,253	6,306	+52	+0.8%
	EBITDA	101	△30	△132	—
	(マージン)	1.6%	—	—	—

単位：百万円

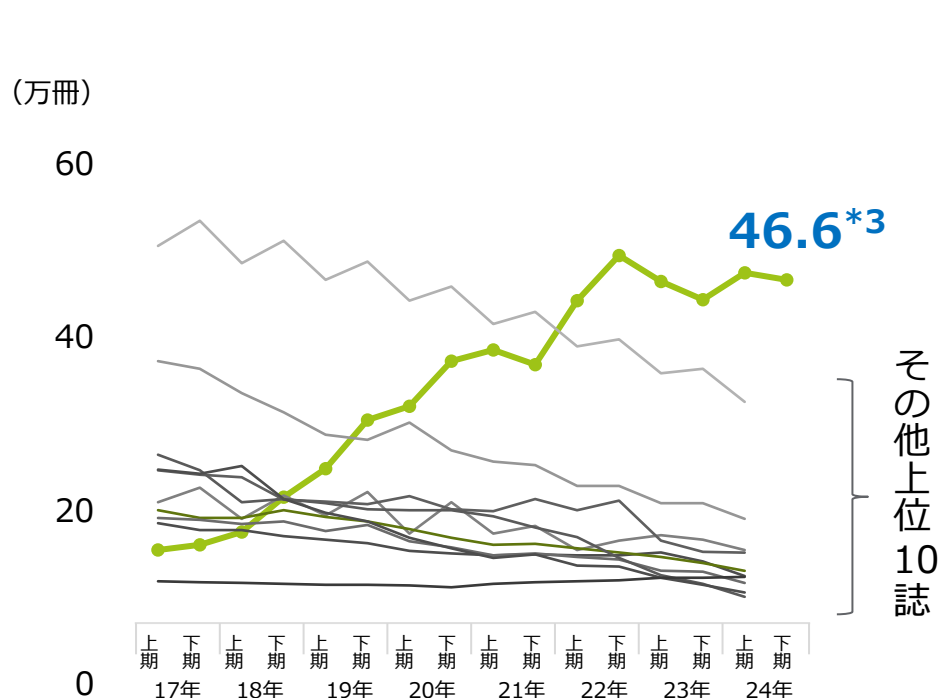
*1 本ページで記載する業績は全て日本基準。EBITDA：営業利益+償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販+現EC+店舗+新聞外販）」「ことせ物販」

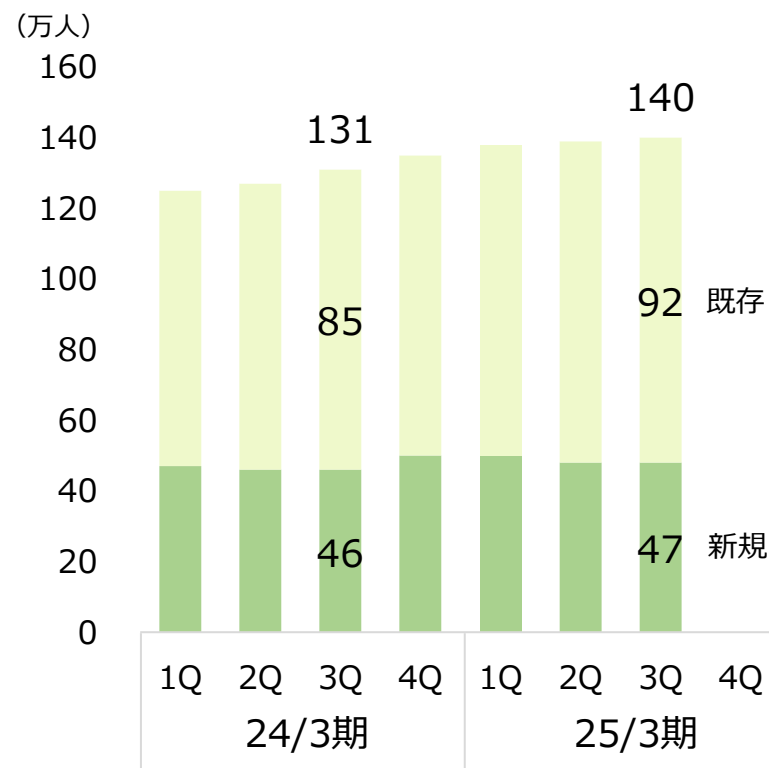
KPI推移（ハルメク誌読者数及びアクティブ顧客数）

- ハルメク誌の販売部数は**国内全雑誌No.1*1**を維持
- 新聞広告および新店舗展開による新規顧客獲得は順調に進捗し、**アクティブ顧客数は安定的に増加**

他誌比較（ハルメク誌読者数）*2



アクティブ*4顧客数



*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート

*2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2017年～2023年。上期(1-6月)・下期(7-12月)の販売部数、2024年の読者数は上期(1-6月)の販売部数）

*3 2024年下期（7-12月）の読者数は当社試算（速報値を含む）

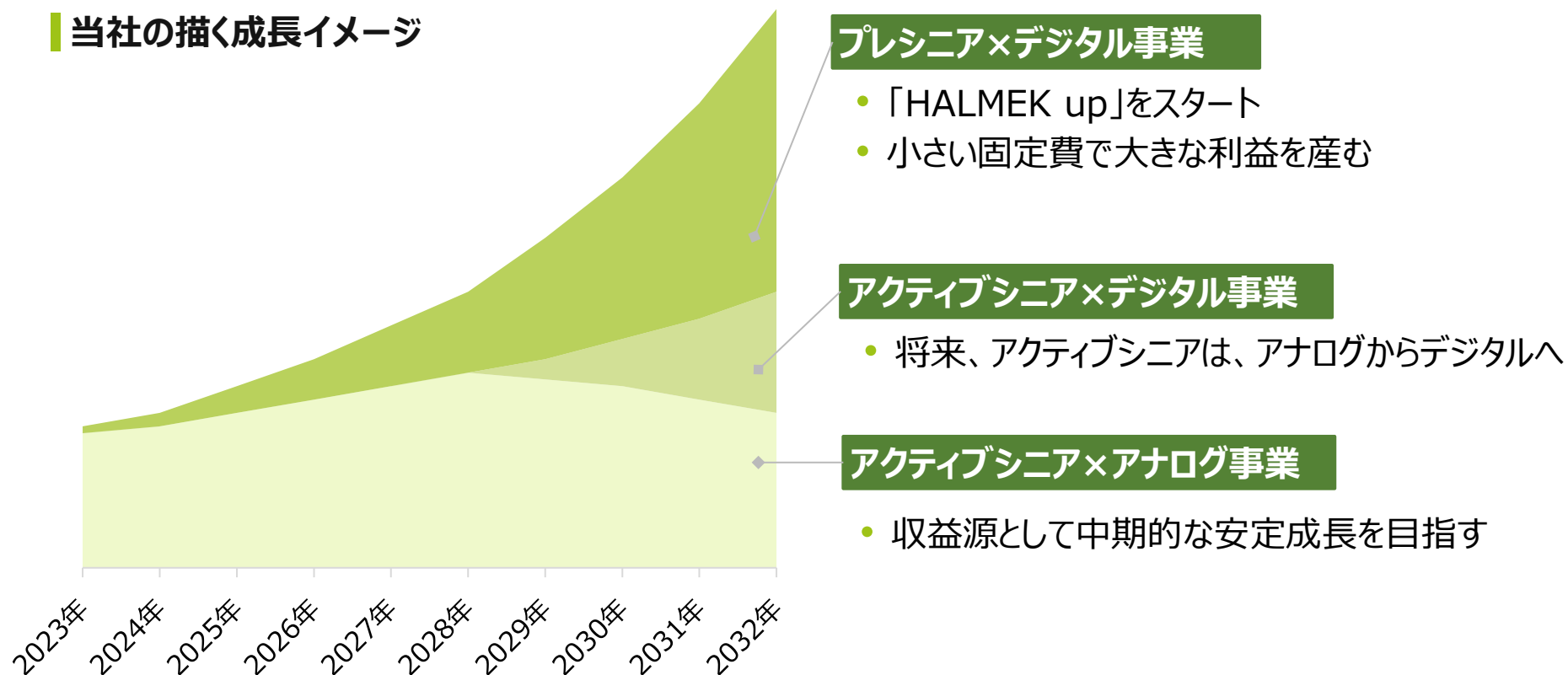
*4 12ヶ月以内に当社サービスを利用した顧客数

2. 成長戦略と今期の取り組みの進捗状況

成長戦略 基本方針

- 「アクティブシニア（65歳以上）」向け事業は、基盤事業として安定成長を目指す
- 「プレシニア（50～64歳）」向け事業は、先行投資して伸ばす

当社の描く成長イメージ



- **店舗展開を加速し、新規顧客獲得を強化**
- **競争力の高い商品カテゴリーの展開を強化**
- **利益性を改善**
- **M&Aに取り組む**

店舗展開を加速

- コロナ禍を抜け、**店舗展開を加速**
- 2024年12月末現在、11都道府県に18店舗を展開、今後も全国の百貨店を中心に積極出店していく予定

2025年3月期 出店店舗一覧



5月
日比谷サンテ店



8月
そごう千葉店



9月
熊本鶴屋店



9月
東武百貨店船橋店

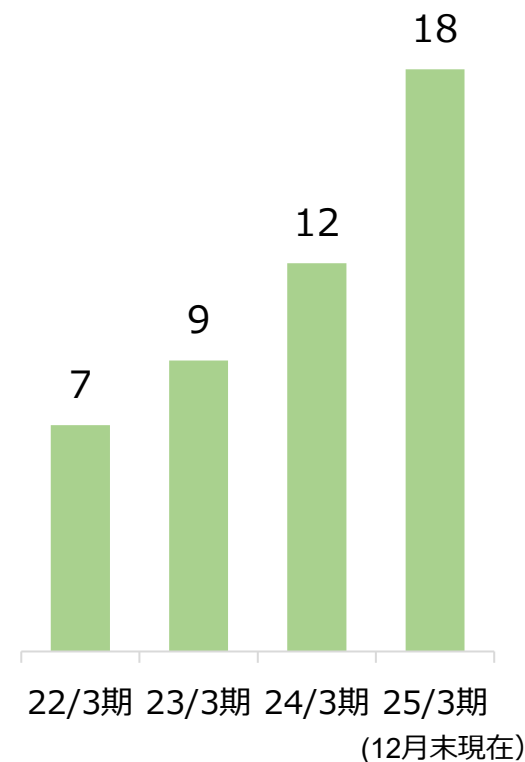


10月
東武百貨店池袋店



10月
松坂屋上野店

店舗数推移

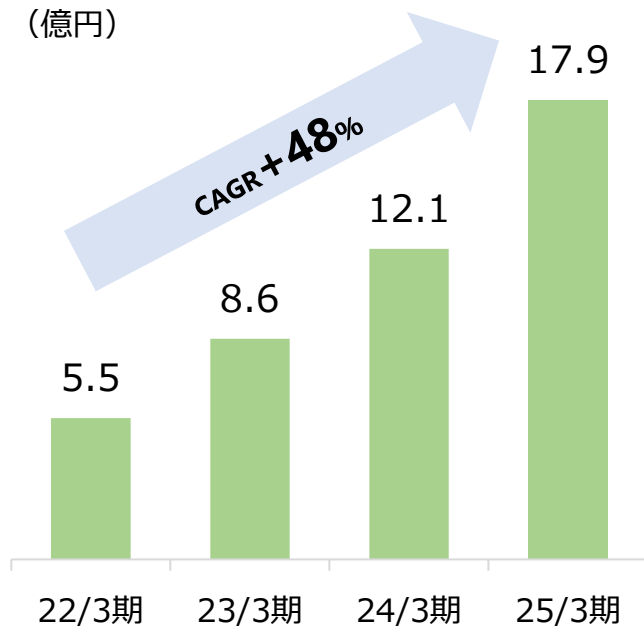


店舗における売上・新規顧客獲得の強化

- **店舗売上・新規顧客数は大幅増加**
- リアルでの接点を増やすことでお客様満足の上昇、売上拡大と新規顧客獲得を目指します

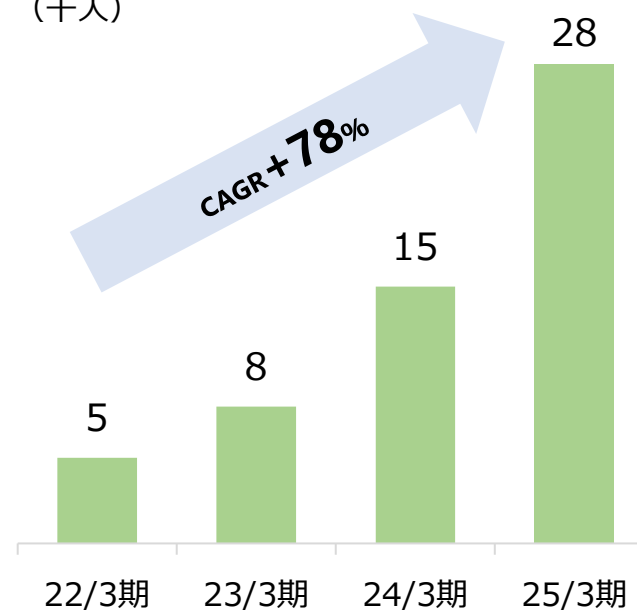
3Q累計_店舗 売上推移

(億円)



3Q累計_店舗 新規顧客数推移

(千人)



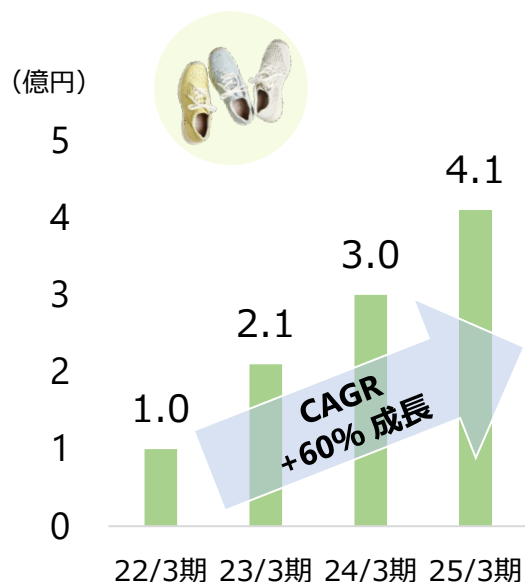
* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準。CAGRは22/3期から25/3期で算出

競争力の高い商品カテゴリーの展開を強化

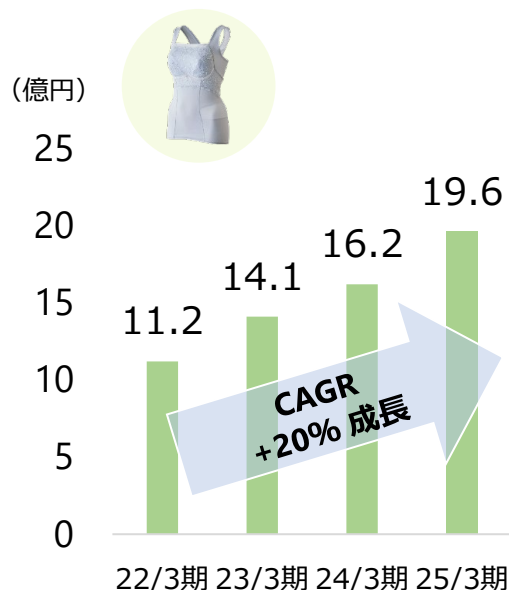
25/3期の取り組みと進捗状況

- 競争力の高いハルメクの靴やインナー、コスメの展開を強化 ○
 - 靴、インナー売上は拡大 ➡ クロスマーケティングにより販売力を強化
 - コスメはほぼ横ばい
- 顧客基盤とブランド力を兼ね備えた企業のM&Aを推進
 - 情報収集を行い、検討を重ねている

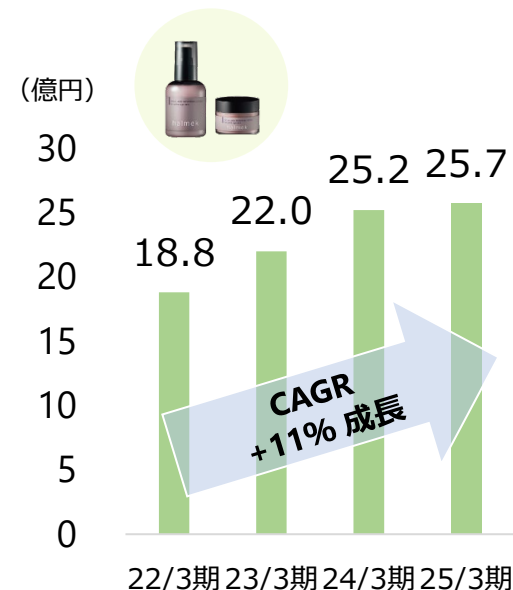
「ハルメクの靴」3Q累計_売上推移 ○



「インナー」3Q累計_売上推移 ○



「コスメ」3Q累計_売上推移 △



* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準。CAGRは22/3期から25/3期で算出

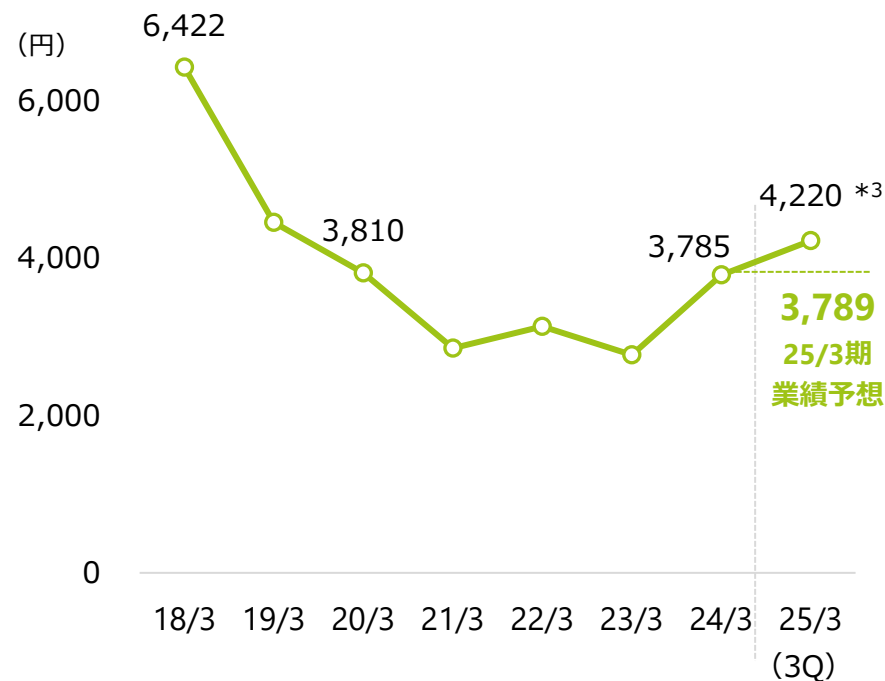
24/3期の課題

- コロナ禍による追い風と、TVへの大型露出による新規読者獲得効果がなくなったことで、巡航速度に戻り、利益性が悪化した

25/3期の取り組みと進捗状況

- 値上による利益性改善 ○
 - 2024年1月から雑誌の値上げを実施
 - 値上げによる購読者数への影響は軽微
- ハルメク誌の広告効率(CPO)改善 △
 - 新聞広告のCPOは改善進まず、やや悪化も雑誌値上げにより吸収
 - TV広告等を活用したクロスマーケティング*1は首都圏を除く地域のテストが順調

ハルメク誌 CPO推移*2



*1 テレビ広告と新聞や折込広告等を連動させた広告手法 *2 CPO…ハルメク誌の新規顧客1人当たりの獲得広告単価 *3 年間（2024年1月～2024年12月）実績の加重平均

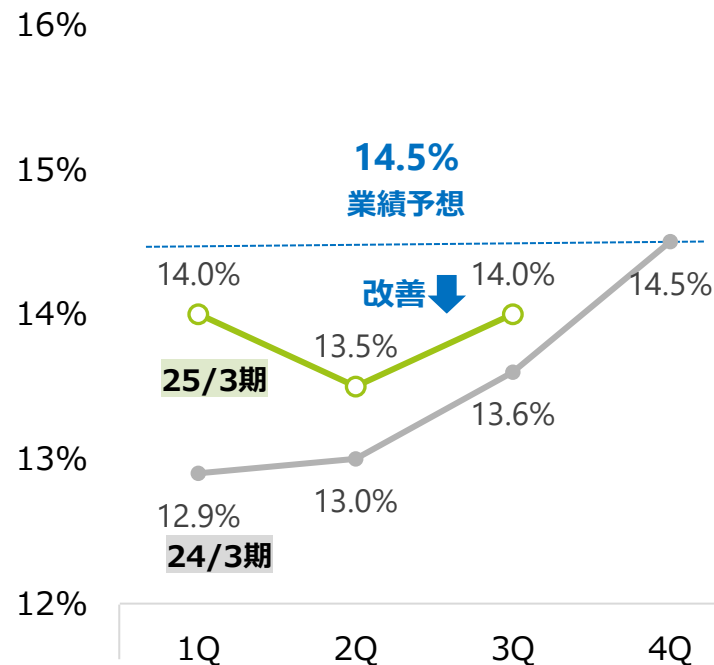
24/3期の課題

- コロナ禍による追い風がなくなり、利益性が悪化
- 70代顧客の支持は強いが、60代顧客に響かなくなってきた

25/3期の取り組みと進捗状況

- **広告効率(媒体費率)改善** ○
 - 媒体費率は期初予想比改善し、前年同期水準に近付いている
 - ー 通常は「おしゃれ」「健康と暮らし」2冊のカタログを送っているが、どちらか片方しか購入がない顧客には、購入のあるカタログのみ送付へ変更
 - さらに、商品開発強化、誌面構成の刷新に向けて取り組んでいる
- **60代、70代の年代別マーケティング手法確立** ○
 - 商品カテゴリ別にメインの年代を定めたマーケティング手法を確立できた

ハルメク物販 媒体費率*1



*1 媒体費率…売上に対するカタログ費用の割合。季節性による変動を平準化して比較するため、該当期末から6か月間の実績を加重平均し算出

24/3期の課題

- 地方紙広告展開の余地大きい

25/3期の取り組みと進捗状況

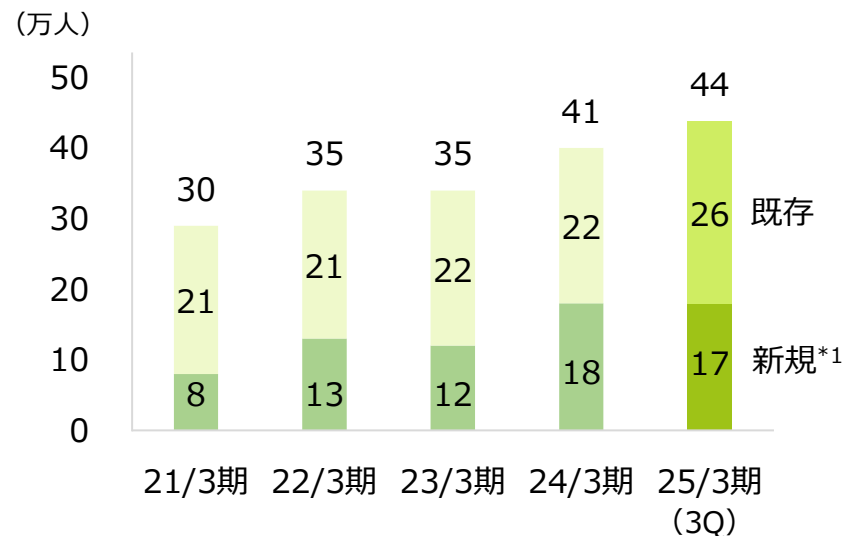
- 地方紙広告展開による新規顧客獲得拡大 ○
 - 顧客基盤拡大のため、獲得余地の大きい地方紙広告展開を実施し、**直近12ヶ月アクティブ顧客数を3万人伸ばした**
 - 収益性改善のため広告投資を2Q以降抑えた
- 完売による利益悪化（前述）×
 - 新規顧客獲得は順調に進むも、完売による売り逃しが多数発生したことから**利益が悪化**、現在改善済

*1 新規獲得数は、直近12ヶ月アクティブ顧客数と合わせ、23年10月～24年9月の獲得状況を示しています

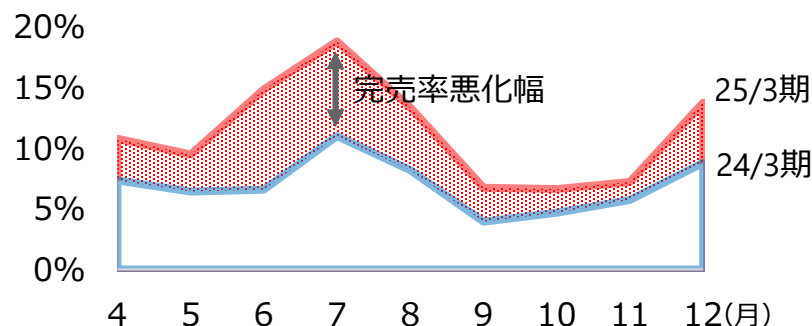
*2 完売金額÷受注額

ことせ物販

直近12ヶ月アクティブ顧客数/新規獲得数



完売率推移*2（ご参考）



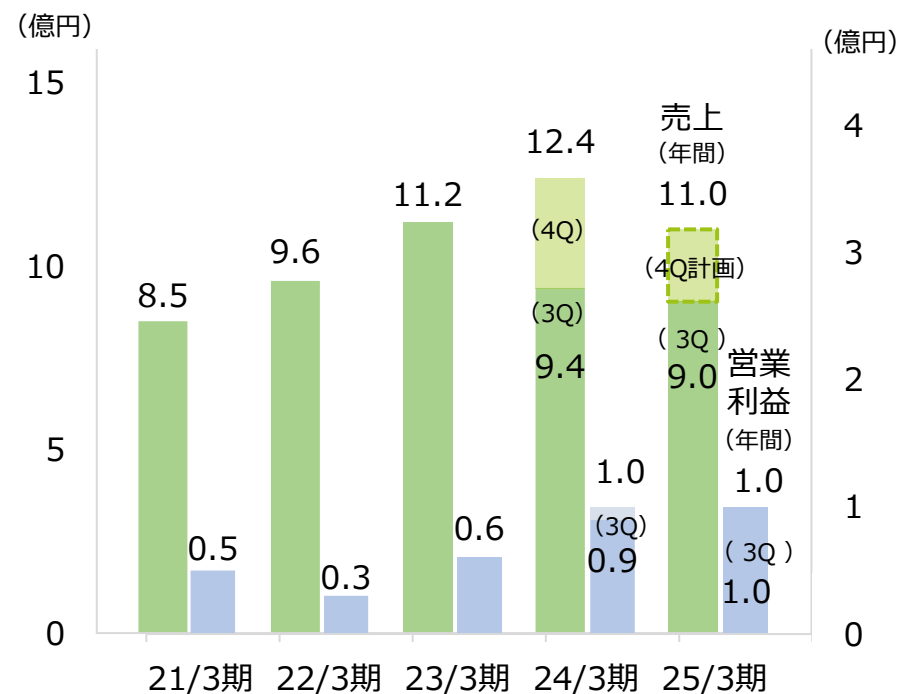
24/3期の課題

- 大口クライアントの剥落

25/3期の取り組みと進捗状況

- 新規クライアント開拓が奏功し、前年並み利益を予想 ○

法人事業の売上/営業利益



* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準

- **HALMEK up の新規コンテンツを続々投入**
- **物販事業は50代向け物販サイト「ReDial」を展開**
- **押し花会員の自律成長の仕組みを構築中**

12月に大規模リニューアルしたHALMEK up の新規コンテンツを 続々投入

- プレシニア向けサイト「HALMEK up」は、50代からの人生が面白くなるオリジナルコンテンツを企画提供しています
- 1月21日に、黒木瞳さん、常盤貴子さん、梨花さんなど著名人7名による美に対する独自の哲学や実践法を語る「私らしく、美しく。」を公開
- その他、50代女性の興味関心・行動を研究したテーマを取り上げていきます

特別企画「私らしく、美しく。」



私らしく、美しく。



25/3期の取り組みと進捗状況

- 物販事業は、50代向け物販サイト「ReDial」の販売を楽天市場で開始し、順調に成長中
- 花と緑の研究所(コミュニティ事業)は、押し花会員の自律成長の仕組みを構築中

物販サイト「ReDial」



花と緑の研究所



3. 2025年3月期 業績予想

連結業績予想

- 通期業績予想は変更なし
- 業績予想をやや上回るペースで進捗しており、**達成を見込む**

IFRS基準	24/3期 実績	25/3期 業績予想	前年同期比	
			増減	増減率
売上収益	31,415	34,000	+ 2,584	+ 8.2%
営業利益	857	1,000	+ 142	+ 16.6%
税引前利益	681	950	+ 268	+ 39.4%
当期利益	476	600	+ 123	+ 26.0%

単位：百万円

4. 2025年3月期 配当予想

株主還元方針

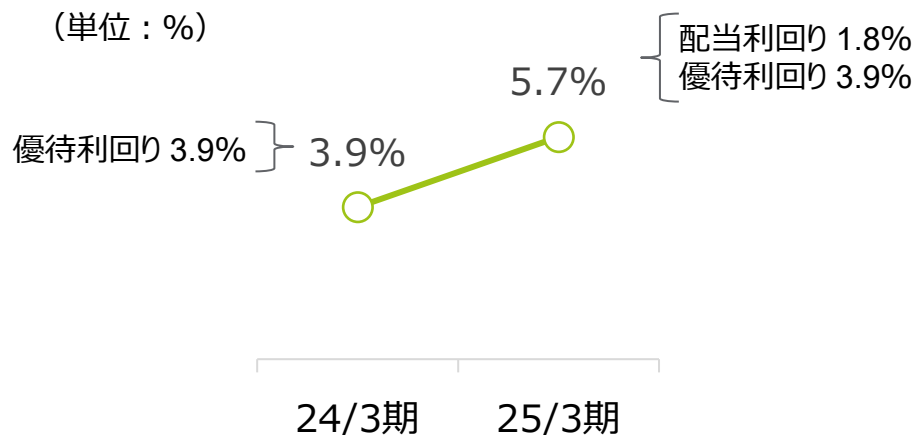
長期の株主利益が最大となるように、株主還元と事業拡大に向けた資金需要に対応するための内部留保への最適な配分を行う

配当を開始

財務状況が改善し、利益増を伴う成長回帰が見込める状況となったことから、2025年3月期の期末配当予想を1株あたり20円としました。**配当+優待利回りは、最大5.7%^{*1}です**

配当+優待利回り^{*1}推移

(単位：%)



配当の状況

期	配当額	配当性向
23/3期	0.0円	—
24/3期	0.0円	—
25/3期 (期末配当予想)	20.0円	36.5%

^{*1} 利回りは、2025年1月31日株価（終値）1,111円で算出。優待利回りは柚子の里だより（1本）の2024年9月30日時点における販売価格2,160円（税込）を採用し、100株保有したケースで年2回の優待を受領したと仮定して算定しております。

※現時点では中間配当は実施していません

ご参考：株主優待

- 投資家の皆様にハルメクの魅力や強みを実感いただくことで、当社株式への新規投資もしくは当社株式の継続保有の判断材料を提供することを目的として実施しています

100株以上500株未満 保有 優待品の一例



- ハルメク 柚子の里だより（1本）
ハルメクで一番売れているお菓子「柚子の里だより」をお届け

500株以上 保有 優待品の一例



- 雑誌「ハルメク」定期購読権（1年分）
50代からの生き方・暮らし方マガジン「ハルメク」を1年分お届け



その他の株主優待商品はIRページの「株主優待」をご覧ください

APPENDIX 財政情報

連結財政状態計算書

単位：百万円

	24/3期 実績	25/3期 3Q実績	前期比
流動資産	6,229	9,466	+3,237
現金及び現金同等物	938	2,263	+1,325
営業債権	1,879	3,492	+1,613
棚卸資産	3,017	3,437	+419
非流動資産	13,885	13,055	△830
使用権資産	2,988	2,609	△379
のれん	4,452	4,459	+7
無形資産	5,641	5,144	△497
資産合計	20,114	22,521	+2,406
流動負債	8,784	10,675	+1,890
営業債務及びその他の債務	3,173	4,649	+1,475
未払法人所得税	18	184	+166
非流動負債	3,774	3,440	△334
負債合計	12,559	14,115	+1,556
(有利子負債残高)	1,900	1,900	—
資本合計	7,555	8,405	+850
負債及び資本合計	20,114	22,521	+2,406

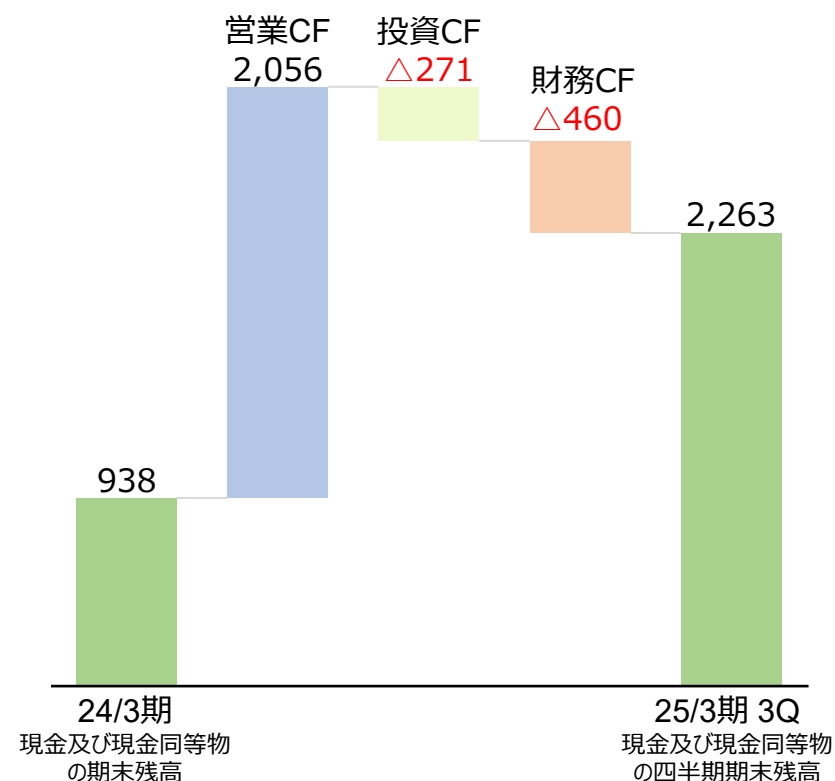
キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	24/3期 3Q	25/3期 3Q
営業活動によるCF	360	2,056
税引前四半期利益	1,568	1,221
減価償却費及び償却費	665	830
投資活動によるCF	△335	△271
財務活動によるCF	△3,709	△460
短期借入れによる収入	1,900	—
長期借入金の返済による支出	△5,892	△23
株式の発行による収入	611	6
リース負債の返済による支出	△329	△442
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△3,685	1,325
現金及び現金同等物の期首残高	5,036	938
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,351	2,263

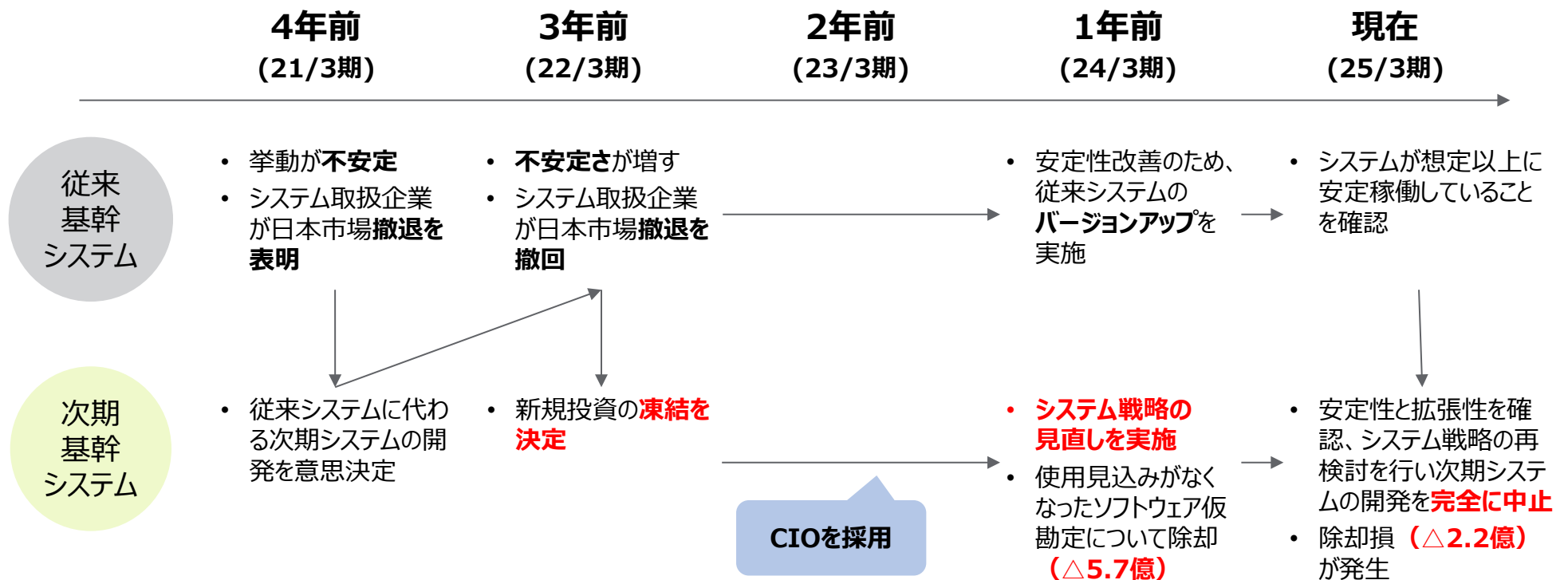
連結キャッシュ・フロー

(百万円)



ご参考：システム除却損の計上について

- システム戦略の見直しを行い、**次期基幹システムへの移行は不要と判断**
- 今回の次期基幹システム開発中止により、10億円程度の追加投資を回避

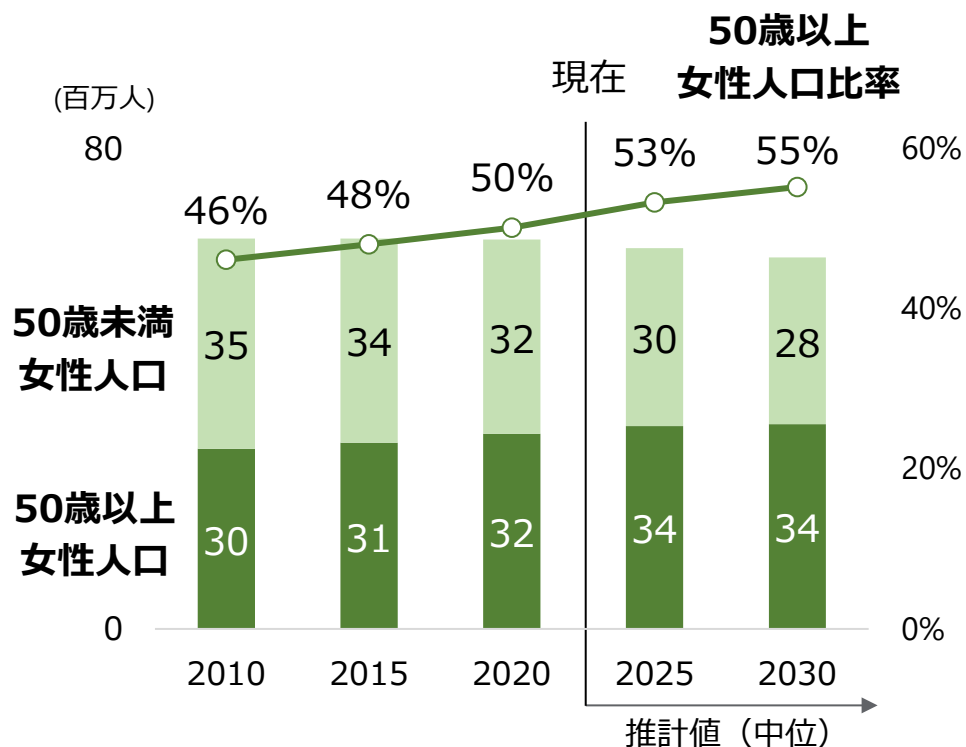


APPENDIX 事業説明

当社は魅力的なシニア市場で事業を展開

- 人生100年時代。50歳以上人口は、総人口の半分を超える
- 豊富な金融資産を保有し、経済力も高い魅力的な市場で事業展開

女性人口推移*1



年齢別金融資産*2



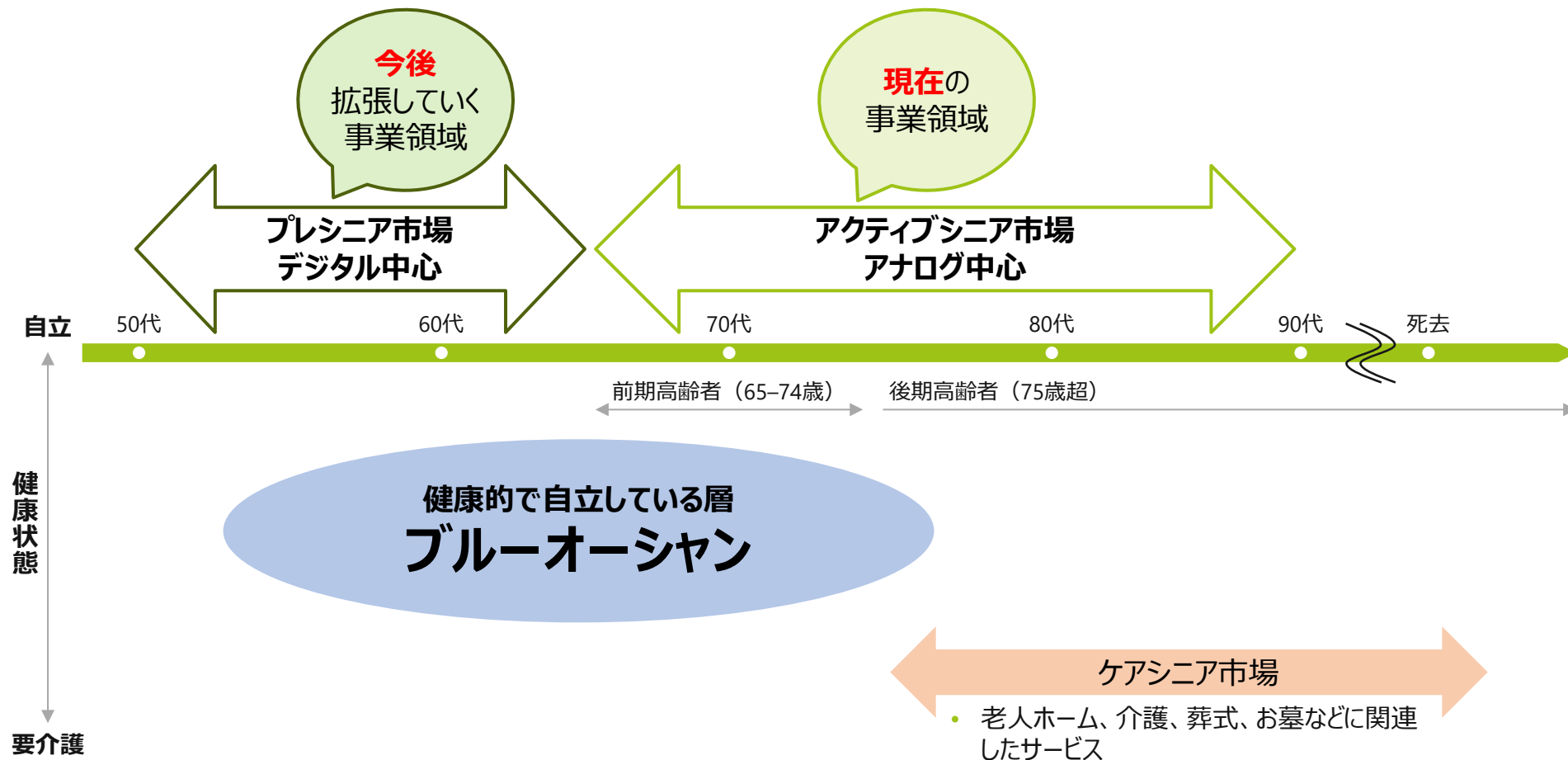
*1 国立社会保障・人口問題研究所

*2 日本銀行資金循環統計 (2024年3月末) の家計金融資産に対して、令和5年版高齢社会白書の世代別金融資産分布状況 (2019年) の50代以上の比率の合計を乗じて算出した当社推計値

ハルメクの事業領域はブルーオーシャン

- ハルメクの事業領域はブルーオーシャンである「プレシニア市場」と「アクティブシニア市場」です

シニア層の年齢・市場イメージ



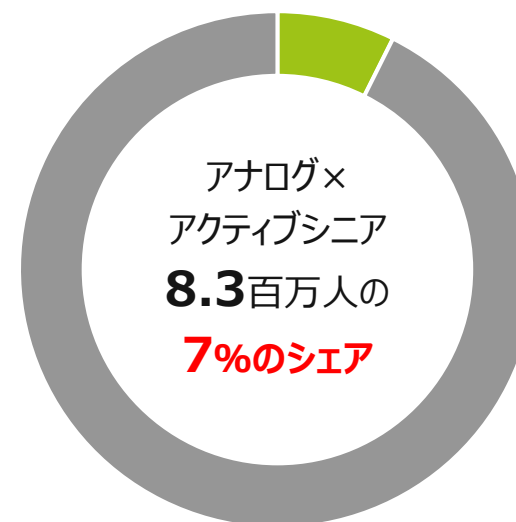
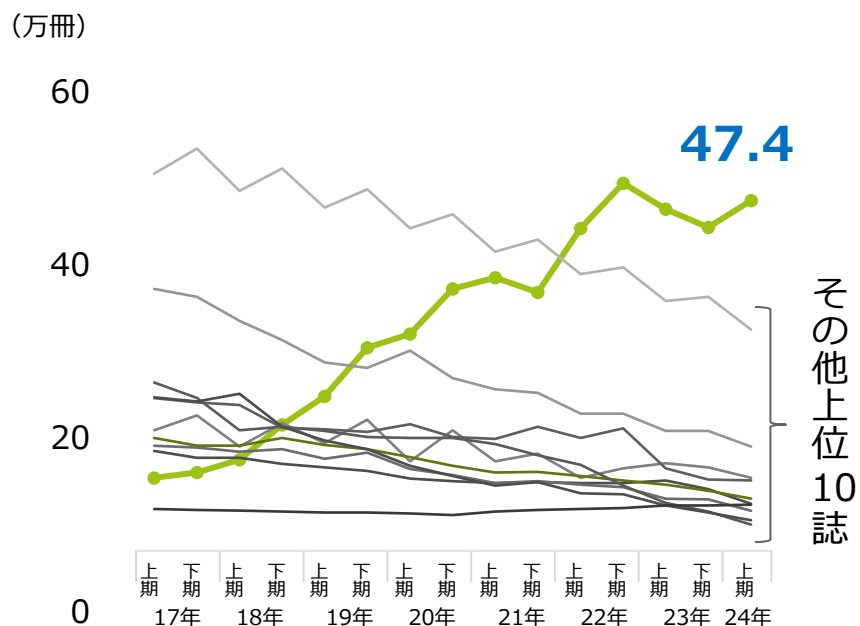
出所: 当社作成のイメージ図

ハルメクはシニア市場におけるトップランナー

- シニア女性雑誌「ハルメク」は販売部数で2022年から5半期連続で国内全雑誌No.1*1
- アクティブシニア市場におけるシェアは7%で、まだ大きな成長余地を残しています

他誌比較（ハルメク誌読者数）

当社ターゲット層のシェア率*2



*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2017年～2024年。上期(1-6月)・下期(7-12月)の販売部数、2024年の読者数は上期(1-6月)の販売部数)

*3 24/3期末時点の当社顧客数を2022年時点のアナログ×アクティブシニア人口（当社推計）で除して算出

ユニークなビジネスモデル

- 日本で一番売れている雑誌*1「ハルメク」でシニア女性を集客、物販でグループを支える収益を得て、イベント・講座等のコミュニティビジネスで顧客ロイヤリティを高めています



役立つ情報を雑誌・ネットで提供

イベント・講座で
「つながりの場」を提供



購読者のリアルな声をもとに
オリジナル商品を通販や店舗で提供



オリジナル商品例
「人参ジュース」



ハルメク おみせ
18店舗*2

*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2024年上期(1-6月)実績）

*2 2024年12月末時点の店舗数

事業紹介：情報コンテンツの提供 ハルメク誌

- 雑誌“ハルメク”は販売部数「女性誌No.1」*1、2024年上期（1-6月）において「全雑誌No.1」*2を維持
- シニア女性の不安や不満、期待に応える幅広い記事を提供

月刊定期購読誌 ハルメク



2025年1月号
(12月10日発売号)

定期購読者数

シニア女性
約47万人*2

購読料
(書店での購入不可)

7,800円/年*3

生活全体をカバーする内容

特集	ファッション
健康	レシピ
手づくり	インタビュー
連載	

他誌比較（ハルメク誌読者数）*4

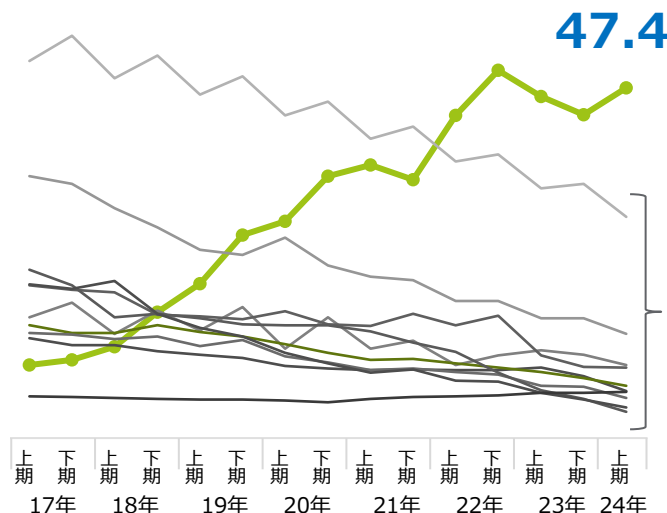
(万冊)

60

40

20

0



その他上位10誌

*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの女性誌分野で 2019 年上期(1-6月)から販売部数 11 半期連続 No.1

*2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート2024年上期(1-6月) *3 12冊コースの料金

*4 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート (2017年～2024年。上期(1-6月)・下期(7-12月)の販売部数、2024年の読者数は上期(1-6月)の販売部数)

事業紹介：ハルメク物販①

- ハルメク物販の起源は、雑誌「ハルメク」購読者に対して、欲しいに応える商品を開発し提供し始めたこと
- 顧客の声を聴き、顧客の悩みや期待に応える商品をオリジナル商品を中心（シェア8割*1）に中高価格帯で展開



雑誌「ハルメク」にカタログ2冊を同封、ハルメクの世界観を商品でも体感していただく



- ハルメクおしゃれ
最新ファッションや着こなしテクニク、美容情報など今、気になる商品と情報をお届け



- ハルメク健康と暮らし
編集者が実際に試して良かった商品だけをご紹介！生活に役立つ商品と情報をお届け

冬の感謝市

毎月
約300アイテムを
厳選して紹介

*1 2024年3月期実績、ハルメク社オリジナル商品の売上高÷ハルメク社の全商品の売上高

事業紹介：ハルメク物販② オリジナル商品で新規顧客を獲得 ハルメクholdings halmek

- 従来型の雑誌「ハルメク」で集客し、物販で収益化を図るモデルから進化し、深い顧客理解に基づき開発したオリジナル商品で集客する施策も強化中

雑誌による集客



カタログ通販



物販における集客（強化中）



情報コンテンツと物販の連携例

- ハルメク読者の声をもとにしたオリジナル商品を開発
- ハルメク読者と一緒につくったワンピースを展開
- 読者の声を生かした商品展開を今後も実施していく



ハルメク読者と一緒に取りました

one piece

毎日にときめきをくれる

ワンピース

事業紹介：店舗展開の状況

全国**11**都道府県に
18店舗を展開



- 北海道 札幌三越店（北海道）
- 東北 藤崎店（宮城県）
- 関東 神楽坂本店（東京都）
京王百貨店 新宿店（東京都）
日比谷シャンテ店（東京都）
小田急百貨店 町田店（東京都）
東武百貨店池袋店（東京都）
松坂屋上野店（東京都）
高島屋横浜店（神奈川県）
そごう千葉（千葉県）
東武百貨店船橋店（千葉県）
伊勢丹浦和店（埼玉県）
- 関西 ジェイアール京都伊勢丹店（京都府）
阪神梅田本店（大阪府）
あべのハルカス近鉄本店（大阪府）
- 東海 名鉄百貨店本店（愛知県）
- 九州 大丸福岡天神店（福岡県）
熊本鶴屋店（熊本県）

※2024年12月末時点

事業紹介：コミュニティ事業

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



*1 2024年3月期のリアル、オンラインを含めた旅行、講座・イベントの実施本数

*2 2024年3月期に実施したリアル、オンラインを含めた旅行、講座、イベントの参加人数

事業紹介：法人事業

- シニア女性向けビジネスプラットフォームの活用機会を提供し、B2Bビジネスを展開

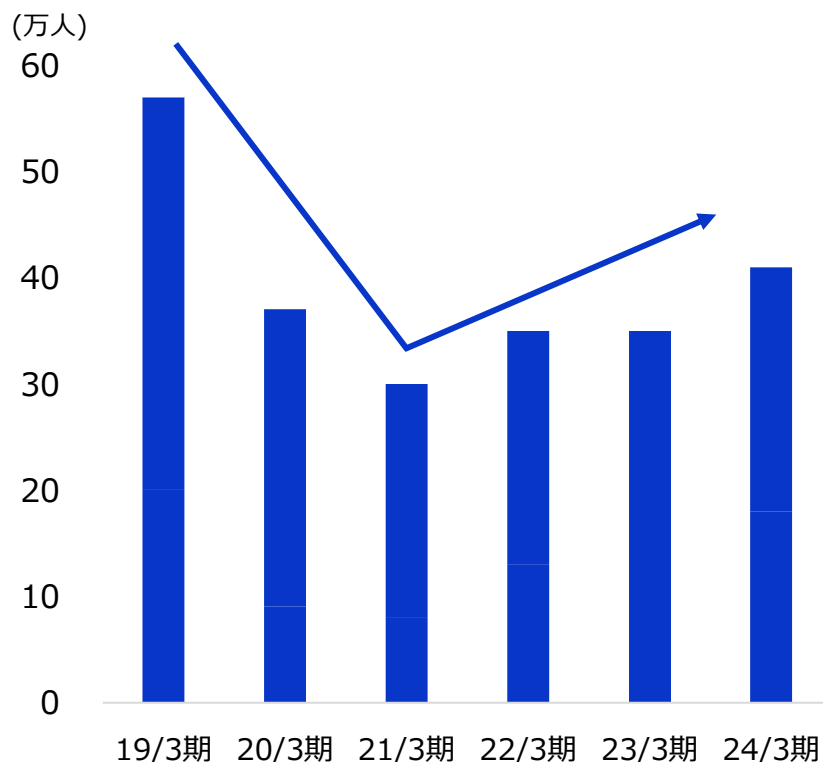


*1 2025年3月期3Q末実績

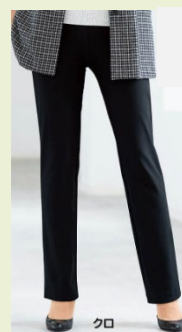
事業紹介：ことせ事業

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

ことせ事業の顧客数推移*1



(株)ハルメクよりお求めやすい価格帯の商品を品ぞろえ



「フィラロッサ 裏起毛パンツ」
2,990円（税込3,289円）

ハルメク事業 (参考)



「ZU-BON前開きストレート」
税込8,990円

- 顧客理解に基づき、高品質な商品をお求めやすい価格で販売しています

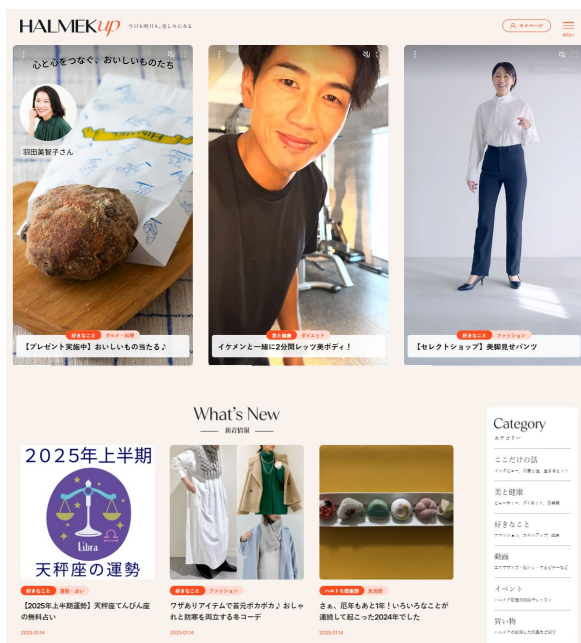
*1 ことせ事業のサービスを1年間で1回以上利用したことのある顧客数（ユニークユーザー数）

事業紹介：先行投資

- 先行投資事業は、HALMEK up（講座・イベント含）、コミュニティ（押し花事業）を中心に投資を実施
- その他、プレシニア向け物販等の検討を進めています

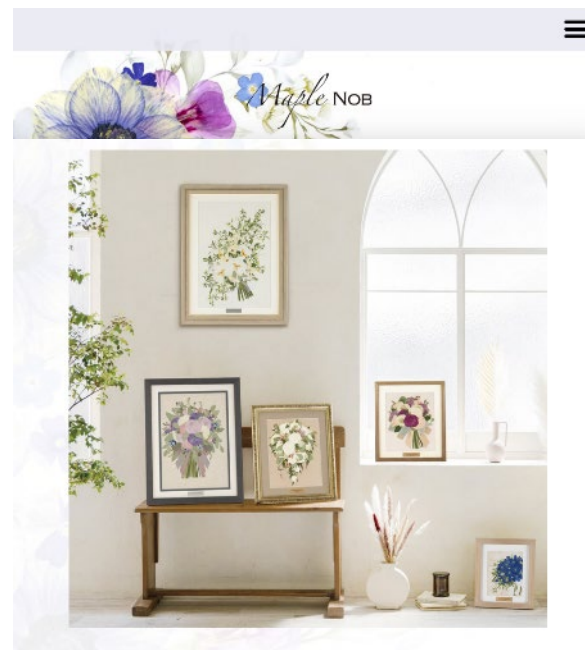
情報コンテンツ

— HALMEK up



コミュニティ

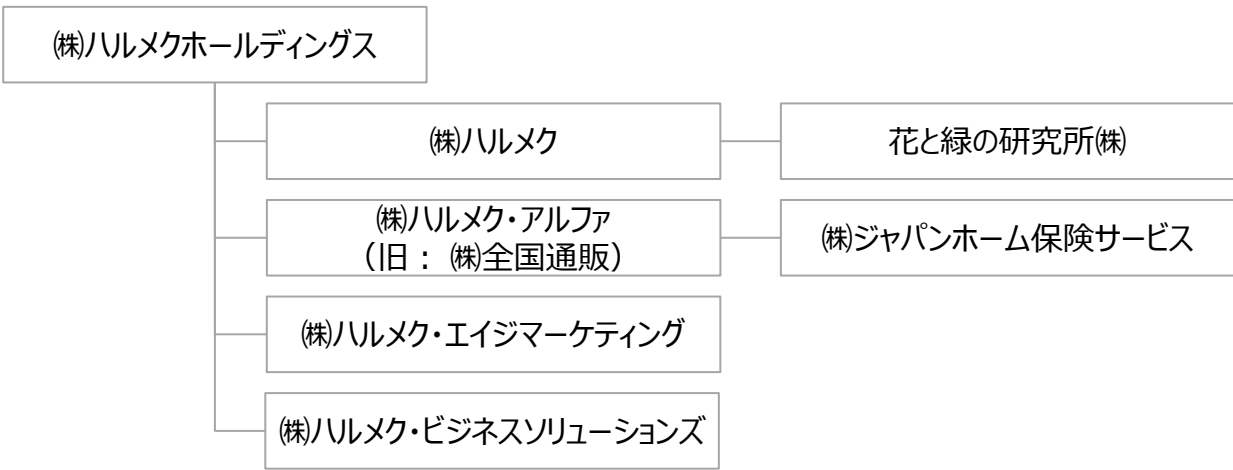
— 押し花事業



(ご参考) 事業別KPI

- 基盤事業であるアナログ×アクティブシニアビジネスの主なKPI

NO	指標分類	指標名	説明
1	全体共通	新規顧客数	当社との取引を始めた顧客の数
2		アクティブ顧客数	12ヶ月以内に当社サービスを利用した顧客数
3	ハルメク (ハルメク誌)	読者数 (期間平均)	一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの上期 (1~6月)、 下期 (7~12月) の読者数の単純平均
4		新規読者数 (期間合計)	新規購読を始めた読者の数
5		CPO	ハルメク誌の新規顧客1人当たりの広告獲得単価
6	物販 (カタログ通販 + 現EC + 店舗 + 新聞外販)	媒体費率	通販売上に対するカタログ費用の割合

会社名	株式会社ハルメクホールディングス
創業	1989年5月18日 ※当社の前身であるユーリーグ株式会社の設立年月日
所在地	本社：東京都新宿区神楽坂四丁目1番1号 神保町オフィス：東京都千代田区神田神保町二丁目2番地 共同ビル神保町
資本金*1	2,077百万円
財務情報 24年3月期 (連結ベース)	売上収益 : 314.1億円 営業利益 : 8.5億円 当期利益 : 4.7億円
社員数*1 (グループ全体)	404人(男性：134人、女性：270人)、幹部職(課長以上)に占める女性比率：30%
グループ組織図*1	 <pre> graph TD A["(株)ハルメクホールディングス"] --- B["(株)ハルメク"] A --- C["(株)ハルメク・アルファ (旧：(株)全国通販)"] A --- D["(株)ハルメク・エイジマーケティング"] A --- E["(株)ハルメク・ビジネスソリューションズ"] B --- F["花と緑の研究所(株)"] C --- G["(株)ジャパンホーム保険サービス"] </pre>

*1 2024年9月30日時点

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

これからのために、生きてきた



本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先
株式会社ハルメクホールディングス 広報・IR室（IR担当）

Email : ir@halmek.co.jp