

ATEAM VALUE REPORT 2022

価値創造

- 2 理念体系図
- 3 パーパス “Ateam Purpose”
- 4 エイチームのあゆみ

- 5 トップメッセージ

価値創造ストーリー

I パーパス策定

- 9 マテリアリティ
- 11 特集 1 エイチームらしい
パーパスの作り方
- 13 価値創造モデル

I エイチームの強み

- 14 技術力
- 15 ビジネス展開力
- 16 デジタルマーケティング

I エイチームの戦略

- 17 経営戦略
- 18 ライフスタイルサポート事業
- 20 エンターテインメント事業
- 22 EC 事業

ESG

- 24 SDGs への取り組み

I Social — 企業文化と人材

- 25 “Ateam People” のあゆみ
- 26 “Ateam People” とは
- 27 企業文化の醸成
- 28 人材への取り組み
- 33 特集 2 エイチームの強さの源泉
— 創造性豊かな人材

I Governance — コーポレートガバナンス

- 35 コーポレートガバナンス
- 39 社外取締役メッセージ

DATA

- 40 非財務ハイライト
- 41 財務ハイライト

会社概要

- 42 株式情報／会社概要

編集方針

本書では、経営理念の実現を通して、SDGs の達成に貢献し、社会の持続的な発展と持続的な企業価値の向上を目指す当社グループの事業戦略に加え、SDGs における具体的な取り組みなどを紹介しています。いかに当社グループがサステナビリティ経営を実現しようとしているか、ステークホルダーの皆さまにご報告することを目的として、2020 年度より発行しております。

報告対象期間

2022 年 7 月期（2021 年 8 月 1 日から 2022 年 7 月 31 日まで）
※一部対象期間外の活動も紹介しています。

報告対象範囲

株式会社エイチーム及びグループ会社

参考ガイドライン

- ・国際統合報告評議会（IIRC）：
「国際統合報告フレームワーク」
- ・経済産業省：「価値協創ガイダンス」

将来見通しに関する特記事項

本書には、将来の見通しに関する記載が含まれています。これらは本書作成時点の当社の判断によるものであり、リスクや不確定な要素等の要因が含まれています。今後、環境の変化により、実際の成果や業績等は本書の記載とは異なる結果となる可能性がありますことをご承知おきください。

経営理念

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

【幸せの定義】

みんなから必要とされる存在であること

金銭的に裕福であること

幸せにしたい人を幸せにできること

経営理念

エイチームが追い求める、
私たちの理想の姿

“Ateam People”

エイチームの経営理念実現のために
求められる価値観であり
こうした価値観を持つ人たち

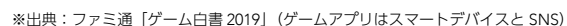
“Ateam Purpose”

エイチームの存在意義、
社会への提供価値

世の中

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

社会への提供価値



**組織を再結合し、
社会から応援される存在であり続けるために。
エイチームが取り組むパーパス経営**

代表取締役社長 林 高生

パーパスを通じて、 「エイチームで働く本質」を みんなで再確認したい



昨年度の統合報告書では、「社員一人ひとりが少し先の未来を見つめながら、わくわくして能動的に働きがいを見つけていくことの大切さ」についてお話ししました。社員が働く意義をどう考えているのか、ここ数年、私自身が違和感を抱いていたこともあり、今年度に改めて社内でアンケートを行いました。アンケート結果に目を通すと、「自分たちが何のために働いているのかがわかりづらくなった」という声が想像以上に多くなっていることを知り、違和感がはっきりと形になりました。アンケート実施前から違和感の要因を探っていましたが、組織が大きくなったこと、そしてコロナ禍に伴うリモートワーク常態化という働く環境の変化が大きく影響していると考えます。

エイチームのあゆみを振り返ると、引越比較サイト事業の立ち上げ時には、営業部門が引越し業者さまからお困りごとをダイレクトに聞き出し、プログラマーやデザイナー、 marketer などサービスを提供する社員が丸となって解決しながら、エンドユーザーの利便性を高める自社のサービスも同時に創り上げることができていた。このような環境においては、参加メンバー間で自身がなぜこの業務に取り組んでいるのかが可視化できていまし

た。しかしこの数年は、事業の多角化や規模の拡大によって、組織が大きくなり、そして新しい社員が増え、過去や歴史を知らない社歴の浅い人たちの割合が増えてきたことから、過去の成功体験をベースとした働き方が共有できていません。

さらに、現在の業務が複雑化していることも影響しています。例えばあるプロジェクトでは、リーダーから「こうプログラミングしてください」「このようにデザインしてください」というように全体像が見えないまま各自に指示が出る分業体制で作業が進んでいます。加えて、リモートワークが常態化したことで社員同士のふとした会話が減り、組織間のコミュニケーションが希薄化しており、コミュニケーションの質も量も大きく低下したと感じていました。これらが複合的に絡み合い、自分が何のために働いているのかがわかりづらくなってきています。2022年9月に、「Ateam Purpose」として、「Creativity × Techで、世の中をもっと便利に、もっと楽しくすること」を発表した背景には、当社で働く意義を言語化し、働く本質を社員みんなで再確認したいとの想いが強くありました。

「右から左に流すサービス」に違和感を感じることができるか？

— その仕事には創造性が働いているか、
技術力を根拠としているか

サービスを利用するお客様の姿が見えづらくなった結果だと思いますが、当社が提供するサービスの中に、私たちの価値が反映されていないと感じられるものも散見されはじめました。私はこのような付加価値がないサービスを「右から左」とよく言っているのですが、私たちのサービスの存在意義が失われてしまった事例です。「右から左に流す」ビジネスは、広告宣伝費が高い割には自社ブランドが作られず、他社との差別化もできず、もちろん付加価値も低い。

高いモチベーションで仕事に取り組んでいる部署と、そうでない部署を比較してみると、「サービスをつくろうとしているか」「作業の意識が強くなっているか」という違いが見えてきました。この違いは、サービスの「認知度」や「ブランド」として、目に見える形ではっきりと表れており、創造性をもってサービスをつくり価値を生み出す事業は、ブランドを持ち、認知度が高く、利益を生み出しています。

当社で成功しているビジネスモデルから、「引越し侍」を例に挙げて説明したいと思い

ます。まだ「引越し価格ガイド」というサービス名称だった頃、ブランド力を強化するために私たちは日々知恵を絞っていました。すると、見積依頼サービスの申し込みは、月曜の午前中に主婦の方から行われるケースが多いことがわかってきました。引越し業者さまにお聞きすると、週末に不動産見学や家族会議が行われ、週明けの月曜日に奥さまが引越し見積りを申し込むケースが多数だという。ならば、主婦など女性から安心され頼られる存在をアピールしたい。「見積依頼者の助太刀をいたす！」頼れるサービスを目指して、たくさんアイデアの中からサービス名称を「引越し侍」に決め、お侍さんのキャラクターも作ろうということになったんですね。着ぐるみを作って引越し業者に営業に行ったり、自社ゲームのアバターに登場させたりして、「こうしたらもっと認知が高まるのではないか」ということを、ブランド作りから懸命に考えました。この結果、現在「引越し侍」のブランド認知度は約60%（2022年7月時点）あり、結果的に広告宣伝費が引き下がって、ひいてはエイチームという企業ブランドイメージを高める好循環を生み出しています。この他にも、2006年に当時国内初の携帯電話（フィーチャーフォン）向けリ

アルタイムMMORPG「エターナルゾーン」というタイトルを出しましたが、それも「こんなことができれば楽しいのではないか」という独自の創造力に加え、高い技術力があったからこそ実現できた作品です。

働く意義を見失った社員には、「粹にとらわれず、事業者がより便利に、そしてユーザーもより便利に、ゲームであれば楽しめるような

サービスを、もっと創造性を発揮して技術の力で生み出していこうよ」と言いたいですね。経営理念にもありますが、働くなら楽しく働きたい。そして何より、創造するときって楽しいんですよね。それが上手くいくとさらに楽しい。こんな体験をもっと、みんなにしてもらいたいと思います。



「創造性」の解像度を上げるために

— エイチームのあゆみと成功体験を社員みんなで理解・共有し、“Ateam Purpose”を生きたものにしていく

私は、なんでも形骸化は嫌だと考える人間です。“Ateam Purpose”についてもはじめて全社員に発表する場では、丁寧に時間を割いて「なぜ」というところを、これまでのエイチームの歴史を踏まえながらきちんと伝えるように気をつけました。組織という集団には、必ず目的とルールが必要です。当社にとって経営理念は、エイチームの目的であり、ルールとして位置づけています。エイチームの目的として、「みんなで幸せになれる会社にすること」「今から100年続く会社にすること」を掲げています。そして、その実現に向けたルールとして、「学び続けること」

「お互いを認め合うこと」「儲かるビジネスをやること」「みんなで会社の経営について考えること」「会社に関する情報をオープンにすること」も掲げています。経営理念は社員に向けたメッセージです。

この経営理念のもと、エイチームが実現する社会に向けた役割であり事業の指針となるものが、“Ateam Purpose”であるという定義です。“Ateam Purpose”として言語化した、エイチームの社会への役割や提供価値について、改めて社員みんなで共通認識を持つためにも、「創造性」とは何かをしっかりと伝えていく必要があると感じています。

“Ateam Purpose”があることで、例えば、新たな投資を検討する新規事業の議論においては、単に売れるかどうかを基準とするのではなく、その事業に「創造性と技術は

あるのか」という観点が最も重要な判断の根拠になります。パーパスである「Creativity × Techで、世の中をもっと便利に、もっと楽しくすること」を事業に当てはめると、自分たちがビジネス環境をコントロールできるかというところにつながるんですね。ECサイトを例にとると、流行りの他社商品を仕入れて販売するだけのビジネスモデルでは、仕入れ値は仕入れ先が、販売価格は需給が決めることになる。その先に待っているのは値下げ合戦で、私たちのコントロールや工夫の余地のないまま消耗戦を続けることになる。一方で、創造性を働かせて自分たちで付加価値の高い事業を考えれば、値付けもできますし、安易にライバルを増やさずに済みます。つまり、創造性の有無が経営の根幹である値付けのコントロール可否を決めるのです。

当社の歴史を紐解けば、引越し業者、結婚式場、買取業者などを紹介する仲介会社により、寡占状態にある市場において事業者が抱える不満を、エイチームが創造性を働かせてビジネス化したことで解消し、成功してきた実績があります。しかしこのような過去のあゆみを知らず仲間になった社員にとって、分業化されジョブ型になった現在の業務は単なる作業となってしまいます。社歴の浅い社員が増えてきた当社にとって、創造性を発揮しながら様々なサービスを生み出してきた当社の歴史について多くの社員と共有することが重要だと考え、パーパス浸透に着手していきます。創造性を発揮できる組織を作り出すことで、付加価値の高いビジネスを創出していきたいと考えています。



サステナブルな経営と社会の実現

当社は、経営理念の「みんなで幸せになれる会社にすること」「今から100年続く会社にすること」のもと、“Ateam Purpose”である「Creativity × Techで、世の中をもっと便利に、もっと楽しくする」の実現に向けて「サステナビリティ経営」を推進してまいります。

当社は、様々なステークホルダーに貢献をしながらサステナビリティ経営をより一層推進していくため、6つのマテリアリティを特定しました。マテリアリティの特定に関しては、ESG（環境・社会・ガバナンス）やSDGs（持続可能な開発目標）などの社会的なサステナビリティの重要性が高まっている背景を考慮しつつ、“Ateam Purpose”の実現に向けて当社が取り組むべき社会的な役割や提供価値を踏まえて、策定しました。

多様な事業領域において様々なサービスを運営することで経営の安定性を高め、より良いサービスをお客様に提供し続けることを可能にし、より便利で、楽しく、安心な世の中にしていきたいと考えています。今後は、マテリアリティオーナーを中心に取り組みを推進し、事業活動を通じて、持続的な社会の実現と中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

エイチームの基盤

1 創造性を発揮できる組織づくり

目指す姿
多様な人材が創造性を発揮できるよう、機会の提供や環境の整備を推進していきます。

4 不可能を可能にする技術の探求

目指す姿
常に技術に対しての可能性を探り、活用していくことで、より大きな価値創出に貢献します。

5 成長し続けるための企業基盤の構築

目指す姿
強固な基盤づくりをすることで、中長期的に価値を発揮できる企業体質にします。

事業を通じた社会貢献

2 付加価値の高いビジネスの創出

目指す姿
付加価値の高いビジネスを創出することで、より「便利」で価値のある社会づくりに貢献します。

3 革新的なデジタルエンターテインメントの提供

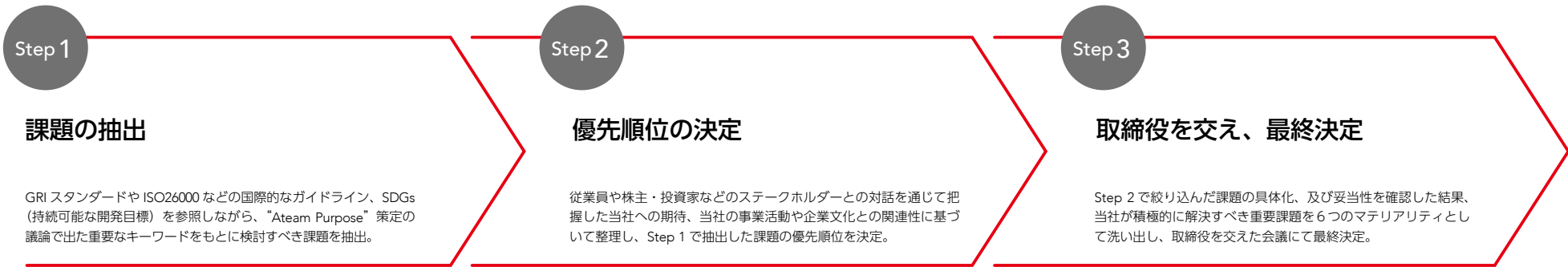
目指す姿
革新的なデジタルエンターテインメントを提供することで、「楽しさ」が広がる社会に貢献します。

事業以外にも含めた社会、環境への貢献

6 よりよい明日への貢献

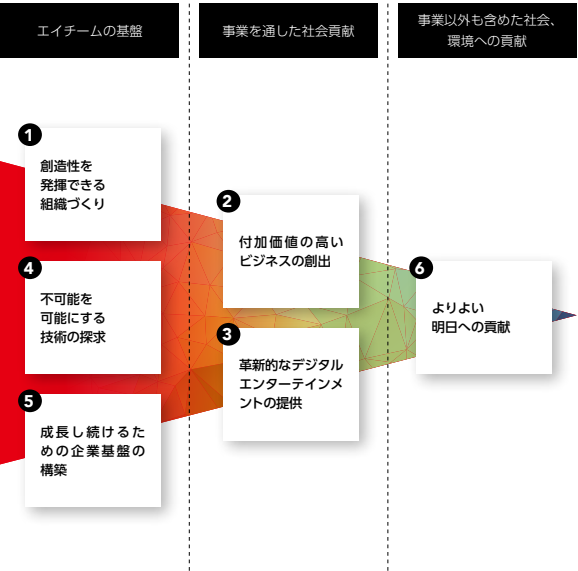
目指す姿
地域社会や環境への活動に取り組むことで、持続的な社会の維持・発展に貢献します。

マテリアリティ特定のプロセス



推進体制

取締役を交えた議論で、各マテリアリティにオーナーを配置することを決定（下図）。
各マテリアリティにおいて、そのオーナーを中心に関連部署と連携し、具体的な取り組みや KPI を検討・実行していくことで、事業活動を通じた持続可能な社会の実現へ貢献してまいります。



No.	マテリアリティ	マテリアリティオーナー
1	創造性を発揮できる組織づくり	代表取締役社長 林 高生
2	付加価値の高いビジネスの創出	代表取締役社長 林 高生
3	革新的なデジタルエンターテインメントの提供	取締役 エンターテインメント事業本部長 中内 之公
4	不可能を可能にする技術の探求	代表取締役社長 林 高生
5	成長し続けるための企業基盤の構築	執行役員 管理部 部長 山根 裕美子
6	よりよい明日への貢献	取締役 ライフスタイルサポート事業本部長 間瀬 文雄



“Ateam Purpose” 策定で改めて考える ブレない企業文化と、進むべき道

社会的意義検討プロジェクトリーダー
人事企画グループ マネージャー

森下 真由子

2010年4月にエイチームへ新卒入社。
プライダル事業や引越し事業など、複数の事業部門において、企画営業・宣伝・広報を経験し、
2022年1月に発足した社会的意義検討プロジェクトのリーダーを務める。
2022年7月に人事企画グループへ異動。

成長企業が自ら向き合う「働く本質」

当社は2022年9月に“Ateam Purpose”「Creativity × Techで、世の中をもっと便利に、もっと楽しくすること」を発表しました。私は検討の開始から発表までをとりまとめる「社会的意義検討プロジェクト」のリーダーとしてプロジェクトを推進しました。プロジェクト発足の背景は、2021年8月のホールディングス体制移行をきっかけに実施した「ホールディングス化を契機に、エイチームは何を目指すか」を問う全社員アンケート結果の中に、「エイチームの社会的意義・価値を明確化してほしい」という

意見が複数寄せられたことにありました。

この後、同年11月に行われた経営層が参加する経営合宿の場で、アンケートで声を上げた社員たちが何を考えているのか、会社は何を求めているのかを深掘りする必要性が議論され、「エイチームで働く本質」を紐解くことをミッションとする「社会的意義検討プロジェクト」を公募で立ち上げることが決定されました。

当時、私は「引越し侍」でブランディングや広報の仕事をしていましたが、当社の社会的な意義や価値を明らかにし、言語化していくことに強く興味を持ち、このプロジェクトに応募。メンバーの中からリーダーに選出されました。

社長とのディスカッションを重ねて得た大切な気付き。

経営理念を支える「創造性」と「技術」

プロジェクトの最初のマイルストーンは2022年4月の経営合宿でした。そこでは全社員を対象に社会的意義を問う追加アンケートを実施した結果や社員たちの想いを率直に伝えたのですが、当時はパーパスに対する経営層の意見も割れていました。例えば、「採用の場面で、当社を辞退した学生の辞退理由に他社のパーパスやミッションへの共感があるのでパーパスは必要ではないか」

という意見があった一方で、「エイチームがこれまで大切にしてきた経営理念と整合性が取れず企業文化に根付かないのではないか」という懸念の声もありました。

事業ドメインを限定せず多様な事業を展開する事業ポートフォリオがエイチームの特徴ですが、この特徴ゆえに「エイチームとは、何か」を言語化することは容易ではありません。そこでプロジェクトではまず、経営理念「みんなで幸せになれる会社にすること」「今から100年続く会社にすること」というシンプルな言葉の背景に込められた想いを正しく理解することから着手しました。エイチームの

特集1 エイチームらしいパーパスの作り方

経営理念は、創業時の痛みを伴う出来事や決意を経て、社長の林自身が掲げたものです。林と一緒にこれまでの歴史を丁寧に振り返りながら、「エイチームが社会に提供する価値は何か」という本質を考えていきました。

成功するビジネスの特徴や共通項を議論する中で、未来に対してわくわくしながら「こうしたらもっとうまくいくのではないか?」「お客様にもっと便利なもの、楽しいものを提供するにはどうすればよいのか?」とみんなで“創造性”を働かせて練り上げたビジネスこそが新たな付加価値を生み出し、エイチームの中でも強い事業で在り続けているという気付きがありました。経営理念の中には「創造性」という言葉は入っていませんが、「創造性」こそがエイチームが持つ暗黙知の強みであり、社会に新たな価値を提供する源泉に

違いない。プロジェクトメンバーではこの時点で手ごたえを得ていました。

林がプログラマーであるというバックグラウンドもあり、“技術”の本質は何かを問う議論も重要でした。「こういうものがあれば、もっと世の中が便利になったり楽しくなった」ということを実現するために「技術」は存在する。ハードウェアやサービスは時代時代で形を変えながらも「技術」そのものは常に進化していくものであるということ。エイチームの土台である技術力の重要性をしっかりと伝えていきたいという社長の想いととても大切に感じました。

このように議論を重ねるなかで、エイチームが大切に思う言葉「創造性」と「技術」が浮き彫りになって誕生したのが“Ateam Purpose”です。

“Ateam Purpose” 浸透に向けて

私がリーダーとして推進してきた「社会的意義検討プロジェクト」は役割を終え解散し、社内の体制において現在は浸透フェーズとして、投資家や株主など資本市場に対する発信はIRチーム、パブリックに対する発信はPRチーム、社内浸透については人事チームがそれぞれ引き継いでいます。

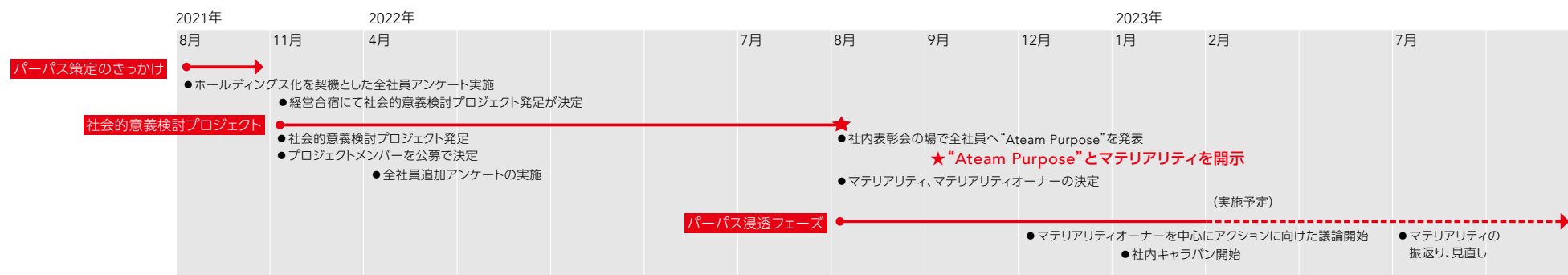
私自身は人事企画グループに異動したので、社内浸透のために、子会社や部門ごとに対象となる人たちを選んで、社長とパーパスについて対話する会の開催を現在準備中です。そこではまだ話しきれていないパーパスに対する社長の想いを知ってもらい、その人たちがハブとなって周りのメンバーに自分の言葉で当社の魅力を語れるような状態をつ



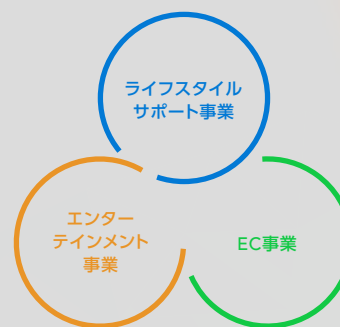
くっていきたいと考えています。

私はエイチームで働く魅力は、会社や事業の創造に関われることだと思っています。「こういうふうにしたい、ああいうふうにしたい」と社員みんなが思い描いていることを互いに協力しながら自発的に形にすることで会社や事業が成長していく、というのがエイチームの良いところで、会社の変化を楽しむことが私の働くモチベーションと言えます。パーパスが明文化された今、さらなる会社の発展に向けて「エイチームとは何か」を考え続けることはとても楽しいことだと感じています。

■ “Ateam Purpose” 策定の道程



多彩な事業ポートフォリオ



“Ateam Purpose” を
実現するためにあるものであり、
3つの強みを活かした結果

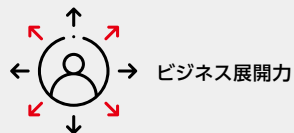
経営理念

エイチームの目的・ルール

→ “Ateam People”

エイチームの経営理念実現のために
求められる価値観であり、こうした
価値観を持つ人たち

3つの強み



デジタルマーケティング

“Ateam People” が持っている（生み出す）強み

→ “Ateam Purpose”

エイチームが世の中へ届ける価値

→ 世の中

“Ateam Purpose” 実 現
に向けて邁進することで経
営理念がより強固なものに
なる



「**技術力が高いエンジニア**」、「**柔軟に対応できるエンジニア**」
がいることにより、技術からビジネスの成果に結び付けることが可能。

技術の進化

進化する技術への適応と活用

2018年にAI研究開発を目的とした「AI WORKING GROUP」を立ち上げ、2020年にはグループ全社員対象にAIの基礎を学習する研修を実施するなど、グループ全体でAIの学習と活用に注力してまいりました。その結果、実際に複数のサービスにおいてAIを活用し、運営にかかる費用や工数の削減、将来の需要予測や新機能のリリースにつながりました。

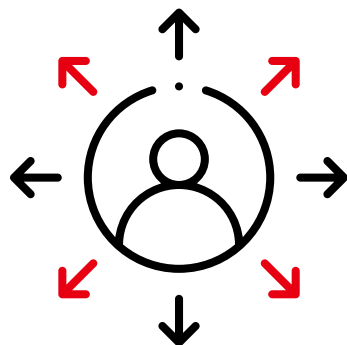
また、エンターテインメント事業においてはブロックチェーン技術など最新の技術、及びこれまでのゲームアプリ開発実績やノウハウを活用し、NFTゲームやメタバース等、新しい領域でのゲームアプリ創出に取り組んでおります。

リアルタイム運営の技術

当時のフィーチャーフォン向けゲームでは一般的に非同期型であったのに対し、2006年リリースの「エターナルゾーン」では、数万人のユーザーが同時接続し、チャットや連携プレイができることにより、より臨場感のあるゲーム体験を実現することができました。またその技術を活かし、2021年リリースの『FINAL FANTASY VII THE FIRST SOLDIER（ファイナルファンタジーVII ザ ファーストソルジャー）』では、それまでコンピュータゲームとして主流であったバトルロイヤルをスマートフォンでも様々な国のユーザーとシームレスに対戦できる環境を創造いたしました。

高品質なグラフィック

スマートフォンゲームでは2Dが主流だったのに対し、2016年リリースの「ヴァルキリーコネクト」では当時では目新しい3Dでのゲーム制作に成功しました。また、2021年リリースの『FINAL FANTASY VII THE FIRST SOLDIER（ファイナルファンタジーVII ザ ファーストソルジャー）』ではUnreal Engineを活用したことでスマートフォンにおいても高品質なグラフィックでのバトルロイヤルゲームをプレイできる環境を構築。端末の技術進化に伴うユーザーニーズの変化にしっかりと応えることにより、トレンドに乗ることができ、ヒット作品の創出や新たなジャンルでのゲーム開発につながったと考えております。



「挑戦を楽しむ」「失敗を許容する」風土を醸成してきたことで、
成功と失敗を重ねて培った数々のビジネス事例が蓄積。

ビジネスの進化

資本の活用

我々は様々なビジネスを展開しております。ヒットすれば早期に収益を獲得できるエンターテインメント事業で得た資金を、収益化するまでに時間を要するライフスタイルサポート事業のサービスへ継続的に投資を行い、自己の資金による大きな成長を実現してまいりました。現在ではライフスタイルサポート事業のサービスも順調に収益化し、さらなる資本の活用の仕方としてM&Aを実施し、新たなビジネスも獲得しております。

ビジネスモデルの展開

ライフスタイルサポート事業内での引越しい括見積比較サイトを元に、同じようなビジネスモデルを自動車関連、金融メディアなどにも展開することに成功いたしました。このように、成功したビジネスモデルを他の業界にも転用し、スピーディーに立ち上げることで、ビジネスの幅を拡大していくことができると考えております。一方で、プライダル関連を例にすると、個別の業界の商習慣にも合わせる柔軟性を持ち、他社が模倣しづらいビジネスモデルを築きつつ、業界とともに成長していくことを目指しております。

前向きな撤退も見据えた 事業ポートフォリオの見直し

我々の方針として、新しいサービスにチャレンジしていくことは惜しみません。しかし、環境変化などにより当初の想定ほど上手くいかず成功の見込みが薄くなった場合には、傷口が大きくなる前に素早く撤退することも徹底しております。撤退戦略があるからこそ、必ずしも成功が約束されていないサービスでも、リスクを取り、新たにチャレンジしやすく、より社員が果敢に新規事業に取り組める場所を作ることができております。



徹底したインハウス化によってSEOや広告施策、サイトの修正など、
スピーディーなPDCAサイクルを確立。

PDCAの確立

検索エンジンプラットフォームやSNSの 効率的な活用

主にライフスタイルサポート事業のサービスにおいては、サービスサイトへの集客でGoogle、Yahoo!などの検索エンジンだけでなく、SNS広告や動画広告など幅広い広告媒体を活用しております。「引越し侍」リリース時の2006年からリスティング広告やSEO（検索エンジン最適化）を実施し、継続的なノウハウ取得を行い、より効率的な検索結果と広告効果を得るべく、業界トップレベルの運営を実現しております。

エンジニア・デザイナー・マーケターの三位一体

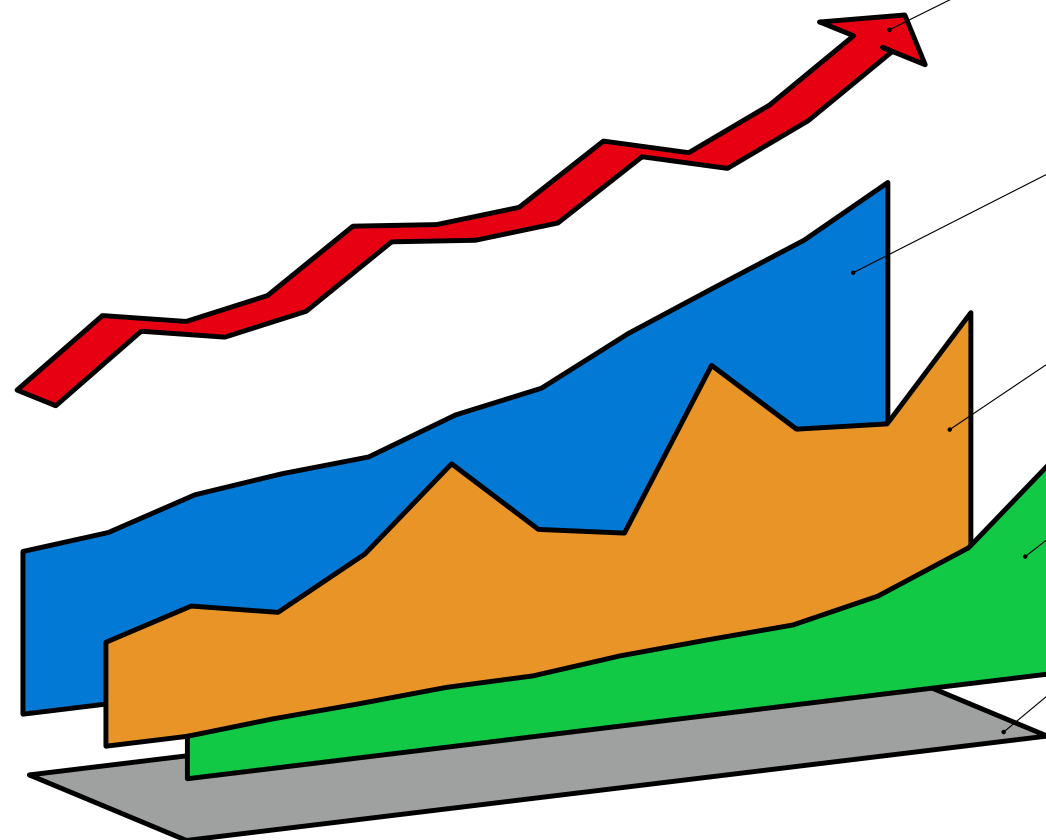
設立当初、エンジニアの会社として始まった中で、事業拡大とともにデザイナーやマーケターといった職種が加わり、技術基盤をしっかりと持ちながらエンジニア・デザイナー・マーケターの三位一体でサービス運営に取り組む習慣が文化として根付いております。エンジニアだけではなく、デザイナーとマーケターもインハウス化することにより、より効率的且つスピーディーな判断・改善を行うことができ、それが事業成長の加速という結果に結びついていると考えております。

経験を加速させる投資ボリューム

様々な事業やサービスを展開していることにより、経験やノウハウが豊富な上、一つひとつの事業に投下する投資規模が大きく、デジタルマーケティングにおける様々な施策を早期にテストすることが可能になっております。このような知識の蓄積と投資ボリュームの確保を継続することにより、圧倒的なデジタルマーケティングでのノウハウを社内でも共有することができ、よりスピーディーな成長につながっております。

強みである技術力、ビジネス展開力、デジタルマーケティングノウハウを基盤に、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事業と、成長特性の異なる複数の事業を持つことで、経営の安定性を高め、高い成長を期待できるポートフォリオとして展開しています。

経営の安定性を高め、高い成長性を見込めるポートフォリオ



安定性・継続成長性を兼ね備えた

ライフスタイルサポート事業

爆発的な成長が期待できる

エンターテインメント事業

新収益源創出のためのチャレンジ

EC事業

共通の強み

技術力

ビジネス展開戦略

デジタルマーケティング

ライフスタイルサポート事業

提供サービス

デジタル
マーケティング
支援ビジネス

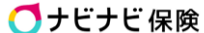
 引越し侍

 ナビクル

 Hanayume
ハナユメ

 SolDi

 Life.
ライフドット

 ナビナビ保険

 CAREER PICKS

 イーデス

プラットフォーム
ビジネス

 Lalune

 Qiita

 Qiita Jobs

 QiitaTEAM

提供価値

不安の解消

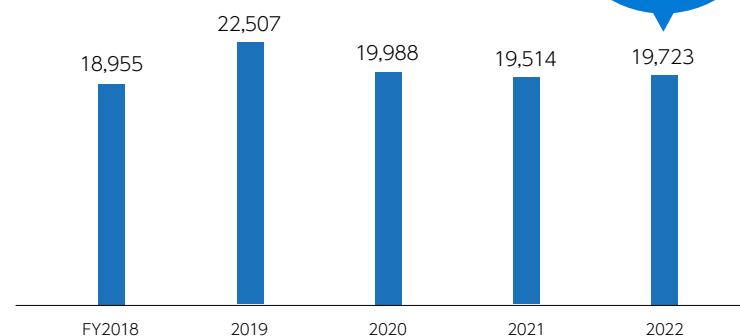
成長戦略

人生のイベントや日常生活を支える、複数のビジネスモデルで成長

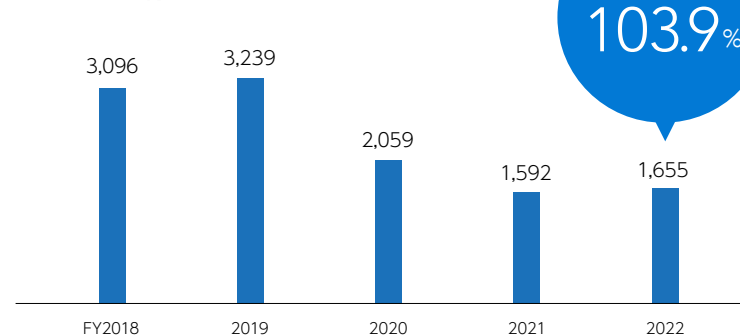
ライフスタイルサポート事業では、「不安の解消」をテーマにライフイベントや日常生活に密着した様々なウェブサービスを企画・開発・運営しています。デジタルマーケティング支援ビジネスでは、幅広い業界で比較・情報サイトを展開しており、利用者の心理を本質的に捉え、価格面での不安、サービス面での不安を解消しています。プラットフォームビジネスでは、アプリケーションやウェブサイトを通じて蓄積したユーザーデータを活用し、ユーザーの抱える問題、不安や悩みに対してソリューションを提供しています。今後も、確立したビジネスモデルを他の事業領域に転用し、人々に寄り添うサービスを拡充していくことで、提供価値の最大化と事業規模の拡大を目指します。

実績

▶ 売上高 (百万円)



▶ セグメント利益 (百万円)



2023年7月期より、ライフスタイルサポート事業のサブセグメント区分「その他」に含まれていた化粧品・ヘルスケア領域のブランド（flujo（ルジョー）「minorie（ミノリエ）」）を展開する事業はEC事業へセグメント区分を変更したため、記載の数値は当セグメント区分変更を反映した数値です。なお、FY2021年以前の組み換え後の数値については、監査対象外です。

ライフスタイルサポート事業ピックアップ

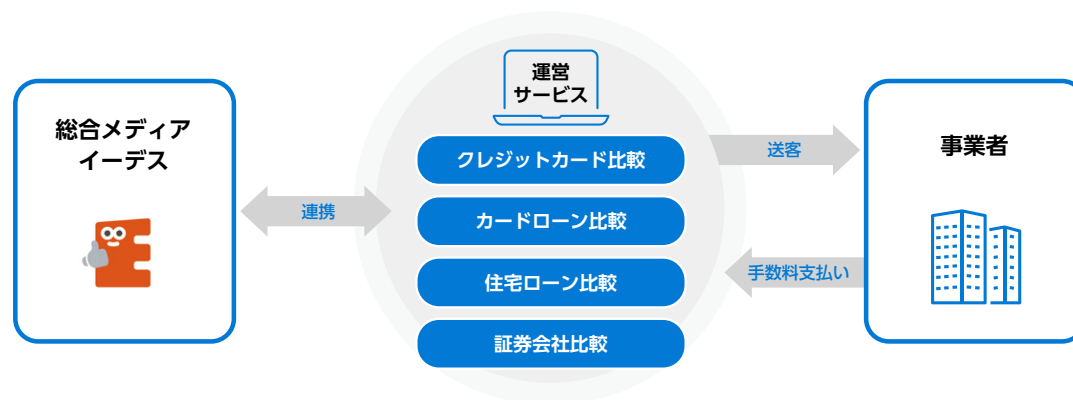
生活の決断に最適な答えを導くライフスタイル総合メディア イーデス

ライフスタイルサポート事業本部長
間瀬 文雄

「イーデス」の提供価値

品質の高い情報提供及び専門家と直接相談できることで暮らしの悩みをまとめて解決

ビジネスモデル



「イーデス」の特徴

特徴

1

様々な「まよい」に寄り添う、豊富な情報量

専門家の知恵や知識を踏まえた品質の高いお役立ち情報は8,000本以上。引越し、結婚、車購入、お金の不安などライフスタイルに起因する様々な「まよい」に寄り添い、「よくわかる」「簡単にできる」「安心できる」情報を提供。

特徴

2

その人にとっての良い選択をサポート、専門家相談機能

多くの情報からその人に合った情報を見つけ出せるだけでなく、ちょっとした不安やまよいを専門家に直接相談することができ、その人にとってより良い選択ができるようサポート。

Q 「イーデス」の誕生背景について教えてください。

ライフスタイルサポート事業では、2006年に立ち上げた「引越し価格ガイド（現・引越し侍）」を皮切りに、様々な比較・情報サイトや記事メディアの運営を通じて、お客様が抱える日常生活やライフイベントに付随する手間を省き、不安を解消するサポートを提供してまいりました。

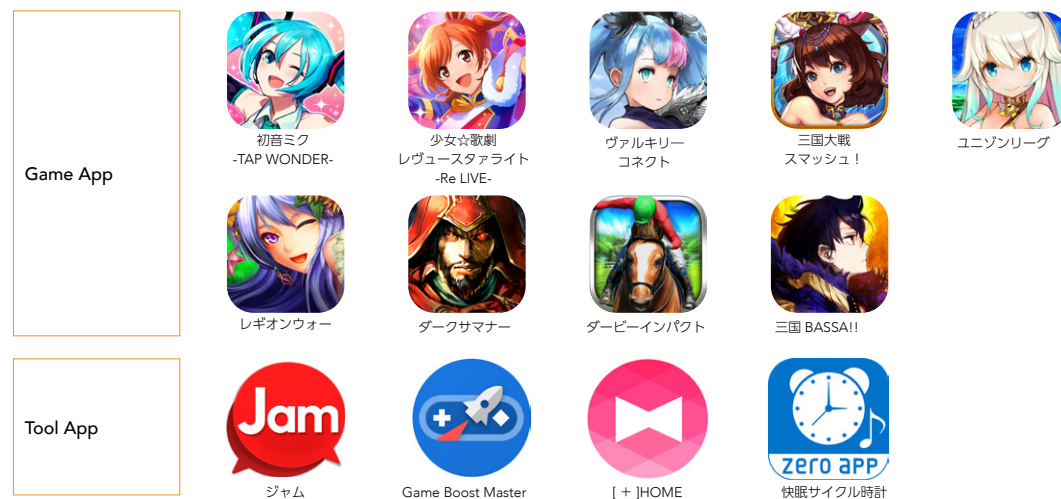
初の比較サイトをリリースしてから15年以上が経った今、インターネットの世界は、情報が足りない世界から情報が溢れる世界へと変化しました。また、昨今の世界情勢から人々の暮らしにも様々な変化があり、私たちの既存サービスの領域だけでなく、より幅広い領域でのサポートが必要であると考えました。そのため、多くの情報から決断に必要な情報を集め、最適な選択ができるよう、暮らしの「まよい」を解決する情報メディア「イーデス」を立ち上げました。

Q 今後の「イーデス」の展望について教えてください。

現在「イーデス」では、ライフスタイル総合メディアとしてクレジットカードやカードローン、住宅ローンなど「生活のお金」に関する記事や、証券投資やふるさと納税など「投資・節税」に関する情報を中心に発信しています。今後は、「イーデス」というブランドのもとに、ライフスタイルサポート事業の様々な比較サービスを統合します。そして、総合メディアという立場から、日常生活に関する様々な領域においてお客様の不安や迷いを解決できるサービスに進化させていきたい。最終的には、「イーデス」がお客様のライフイベントを網羅し、暮らしの「まよい」を「よかった」にできる存在を目指します。この想いをブランド名に込め、お客様の間で「イーデスを使えばイイですね」と言っていたらいいようなブランドに育てていきたいと考えております。

エンターテインメント事業

提供サービス



提供価値

娯楽の提供

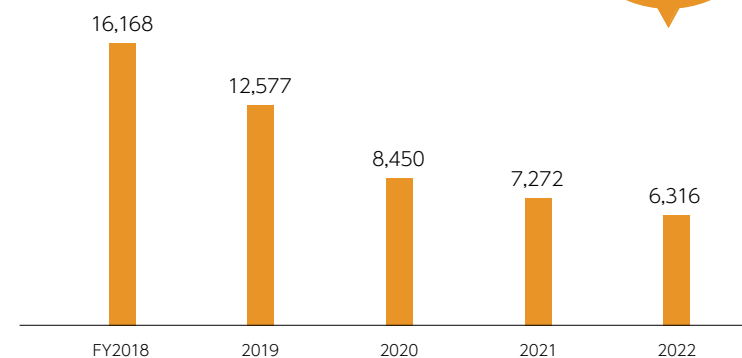
成長戦略

グローバルでのIP・マルチデバイス戦略で新たなステージへ

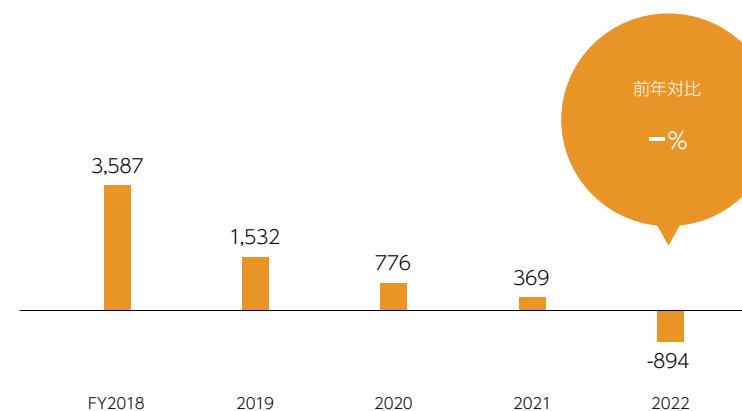
近年のグローバルにおけるゲーム市場環境及びユーザーニーズの変化、そして技術の進化等を踏まえ、スマートフォンゲームのみならず、グローバルのデジタル配信ゲーム市場（モバイルゲーム、PCゲームデジタル配信、家庭用ゲームデジタル配信）全体をターゲットに、グローバルで人気のIPと連携し、展開することを中長期方針とし、さらなる成長を狙います。また、今後、これまでのゲームアプリ開発で培ったスキルやノウハウを活かし、NFTゲームやメタバースといった新領域での企画・開発・運営も進めてまいります。

実績

▶ 売上高 (百万円)



▶ セグメント利益 (百万円)



エンターテインメント事業



エンターテインメント事業本部長
中内 之公

Q. FY2022の挑戦について教えてください。

スマートフォンゲーム市場の縮小に伴う既存ゲームアプリの減衰傾向を脱却すべく、FY2022は既存ゲームアプリを効率的に運営しながら、新規ゲームアプリ開発・運営にリソースを再配分し注力してまいりました。当該新規ゲームアプリでは世界同時配信でのグローバルヒットを狙っておりましたが、既存ゲームアプリの減衰を補う程の収益獲得にはつながりませんでした。しかし、当該ゲームアプリ開発を通じて、より高度な技術の獲得やノウハウの蓄積、大型ゲームアプリの開発・運営体制の構築ができたことは、今後の新領域でのゲームアプリ開発・運営において活用できるものだと思っております。

Q. 今後のエンターテインメント事業の展望について教えてください。

今後は、ゲームの企画・開発・運営だけでなく、海外への配信まで自社でできるという強みを活かし、引き続き成長が著しいグローバルゲーム市場でのヒットを狙いつつ、メタバースやNFTといったWeb3.0領域へ挑戦することで、世の中の人々がまだ見たことがない新しいものを提供したいと考えております。メタバース空間による新たな体験、お金が稼げるNFTゲームの登場、これまでにない付加価値が加わったことで、ゲームの社会的な価値が変わってきているようにも感じます。エンターテインメント事業では、今後生まれる新しいデジタルの価値に挑戦し、新しいサービスを提供して、世の中を「あっ」と言わせる驚きと体験を提供してまいります。

世界に「わくわく」と「楽しさ」を届ける

- 多様なジャンルのゲームやツールアプリを提供
- アプリ自体無料・ゲーム内アイテム購入代金



強み

1

「わくわく」と「楽しさ」の提供を実現する技術力

世界中の人たちが同時に一緒にプレイするバトルロイヤルジャンルでは、Unreal Engineを用いて高品質なグラフィックでのシームレスなリアルタイム運営を実現。

強み

2

グローバル展開を支える体制とノウハウ

グローバルスタッフが在籍していることで、各配信国/地域でのローカライゼーションから配信・プロモーションまで自社完結で行う。230以上の国と地域、そして最大16言語でのグローバル配信により、海外売上高比率は37.6% (2022年7月期通期) まで増加。

強み

3

IP提携基盤

有力なIPと提携し、IPの世界観を生かしたゲームの企画・開発・運営を実施。主な実績は、『AKB48ステージファイター』、『少女☆歌劇 レヴュースタァライト -ReLIVE-』、『FINAL FANTASY VII THE FIRST SOLDIER (ファイナルファンタジーVII ザファーストソルジャー)』。

EC 事業

提供サービス

cyma minorie
lujo Obremö

※2023年3月、自転車専門通販サイト「cyma-サイマ-」を株式会社ワイ・インターナショナルに譲渡

提供価値

利便性の実現

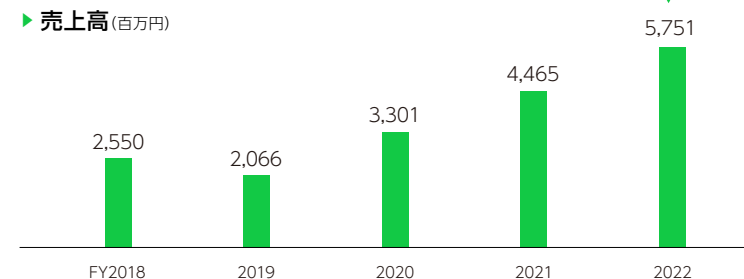
成長戦略

実店舗を超える、最も買いやすい購入体験の実現

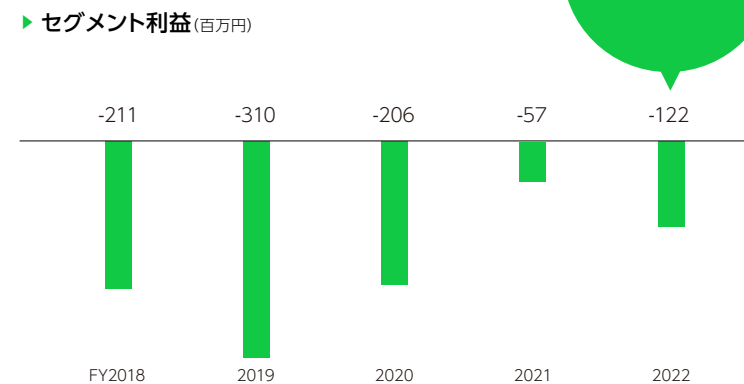
EC事業では、自転車専門通販サイトを運営する「cyma-サイマ-」をはじめ、様々な商材を取り扱う複数のECサイトの企画・開発及び運営をしており、実店舗のクオリティを超える、ユーザーにとって最も買いやすい購入体験を実現することを目指します。

実績

▶ 売上高 (百万円)



▶ セグメント利益 (百万円)



2023年7月期より、ライフスタイルサポート事業のサブセグメント区分「その他」に含まれていた化粧品・ヘルスケア領域のブランド（lujo（ルジョー）「minorie（ミノリエ）」）を展開する事業はEC事業へセグメント区分を変更したため、記載の数値は当セグメント区分変更を反映した数値です。なお、FY2021年以前の組み換え後の数値については、監査対象外です。

EC 事業ピックアップ

化粧品・スキンケアブランド lujo



株式会社エイチームウェルネス
D2C事業部 部長
長瀬 拓也

「lujo」の提供価値

最先端のテクノロジーや成分を活用した化粧品の提供

ビジネスモデル



「lujo」の特徴

特徴

1

徹底的なデータ分析による商品・サービス改善

エイチームグループ全体の強みである「デジタルマーケティング」スキルやノウハウを活かし、スピーディー且つ深くデータ分析を行うことで、商品・サービスの改善につなげる。

特徴

2

ファブレス経営で環境変化へ柔軟に対応できる体制

社内で商品の企画・開発・販促を行い、製造のみ外部のOEM（Original Equipment Manufacturer）メーカーへ委託する体制を構築しており、製造工程を外部に持つことで、世の中のトレンドや事業を取り巻く市場環境の変化に柔軟に対応が可能。

Q 累計販売数60万本を超えた「lujo」の誕生背景について教えてください。また、お客様に受け入れられてきた要因はどこにあると考えますか？

エイチームグループがこれまでに様々なサービスを生み出し、それぞれの市場でシェアを獲得できたのは、お客様の意見からインサイトを明確に捉え、サービス改善に努めてきた結果だと考えています。「lujo」は、生理日・排卵予測アプリ「ラルーン」で得た顧客基盤や知見とエイチームの強みを活用し、新たな収益機会を狙う事業として誕生しました。成長の背景には、早期収益化を叶えるデジタルマーケティングのノウハウだけでなく、そのノウハウを活用してPDCAを高速で回す組織体制や仕組み、全員が「お客様にとって一番良いもの」を突き詰め提供するというマインドを持っていることがあります。そして、非常に高い品質基準の下で開発を行い、本当に効果を実感できる商品のみ販売することばかりこそ、お客様に受け入れられている要因だと考えています。

Q 今後の「lujo」の展望について教えてください。

「lujo」は商品の製造過程からお客様へお届けするまで直接関わるD2Cビジネスで、グループ全体においても新たな挑戦でした。2020年2月のファンデーション発売開始からおよそ2年半、2022年7月期時点では5つの商品を展開し、通期売上高は十数億円の規模にまで成長しました。引き続き「お客様にとって一番良いもの」を追求し、今後は既存商品の改良と新商品の開発に注力してまいります。また、ECにおけるお客様とのコミュニケーション方法はWebサイト、メール、チャット、電話、同梱物と多岐にわたります。そのため、新規購入数増加の販促だけでなく、既存のお客様と長期的な関係を構築できるよう努めてまいります。

SDGs への取り組み

当社グループの目指す姿である「みんなで幸せになれる会社にする」「今から100年続く会社にする」を追求していくためには、私たちエイチームの成長のみならず、環境や社会の持続的な成長を追求していく必要があり、その取り組みはSDGsの達成に通じるものと考えています。SDGs(持続可能な開発目標: Sustainable Development Goals)とは、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致によって採択された「2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標」のことで、17のゴールから構成されています。エイチームは次の取り組みを通じて、SDGsの達成に向けて積極的に貢献してまいります。



“Ateam People”のあゆみ

エイチームの経営理念の主体は、“一緒に働く仲間”＝“Ateam People”です。そして“Ateam People”こそがエイチームの最大の資本であると私たちは考えます。創造性（Creativity）と高い技術力（Tech）を発揮し、社員自身と会社が成長し続けていくために、エイチームは創業時から独自の制度や仕組みを整え、実践してきました。“Ateam Purpose”の実現に向け、年齢や職歴、ライフステージにしばられず、多様な人材が活躍できるよう、進化を重ねていきます。

経営理念

「みんなで幸せになれる会社にあること」
「今から100年続く会社にあること」

“2005年、ゲーム事業の成功を足掛かりに急成長を遂げていたエイチームに、自社社員の不正な情報の持ち出しという不祥事が起こりました。この出来事をきっかけにエイチームでは、現在の経営理念「みんな“で”幸せになれる会社にあること」を、社員全員が共有すべき最も大切な目標として掲げるようになり、これは、現在のエイチームの根幹を成しています。”

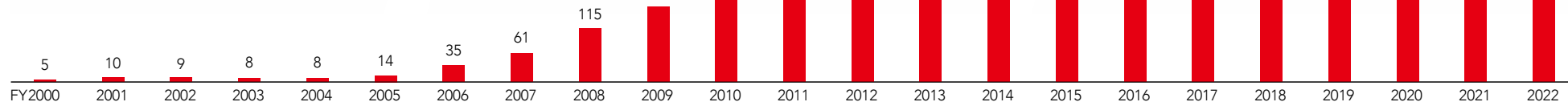
狙いと取り組み

- 経営の見える化
●「みんなで経営について考える」
文化の醸成・継承
▶ **エイチーム 全体ミーティング** P27
- エイチームの文化継承
●エイチームグループ全体でのナレッジやノウハウの共有
●社員のロイヤリティ、モチベーション向上
▶ **Ateam FESTIVAL** P30
- 職場環境を実際に見て、社長の話を聞いてもらい、エイチームへの理解とご家族の安心を深めてもらう場
▶ **ご家族向け会社説明会** P30
- 経営理念の定義にある「幸せにしたい人を幸せにする」の実現
- コロナ禍など変化する働き方の中でも社員とその家族が安心できるコミュニケーションの場を作り、ご家族の不安を積極的に解消
▶ **かぞく報** P30

“Ateam People”の成長

- スペシャリスト人材の増加
- 堅固な組織基盤の構築
- 共通の価値観の浸透

■ 従業員数(人)



“Ateam People”とは…

01 お互いを認め合える

私たちは誰もパーフェクトではありません。
相手のできないところばかりを見てると、
相手も自分のできないところを見ようになってしまうかもしれません。
だからこそ、自分の弱みを自覚し、
相手の強みを見つけ、それを必要とする。
それが、相手から必要とされることへとつながります。
お互いを認め合える人は、相手を必要とし、相手からも必要とされます。

02 「儲ける」を理解する

「儲ける」という言葉に、
ネガティブなイメージを持つ人がいるかもしれません。
「利益＝儲け」は、明日もっと良いサービスを、
顧客に提供していくための条件です。
企業が事業活動を行うことによって、
世の中が、便利になる、
世の中が、楽しくなる、
人々の安心につながる。
みんなが生み出した価値が、世の中に認められ、
その対価として金銭を受け取るということが「利益＝儲け」につながります。
企業は、利益を生みつけることで、
継続して世の中に貢献することが実現可能になります。
私たちは、これからもたくさんすばらしい価値を提供しつづけ、
世の中をより便利に、楽しくしていきたいと考えています。

03 チームで取り組む仕事が好き

ひとりではできないことには限界があります。
でも、磨き上げられた高いスキルを持つ人たちが
力を合わせることで、1+1が3にも、4にもなり、
世の中に大きなインパクトを与えることができます。
その感動こそがチームで働くことの楽しみであり、
喜びであると思います。

04 少し先の未来を想像して
わくわくできる

考えることは、楽しいことです。
自分の考えたことが、世の中に受け入れられると、楽しく、わくわくします。
そして、それをより良くするために、仲間を集め、
ひとりのわくわくが、チームみんなのわくわくとなり、
一緒に協力し合いながら、高い目標を達成することができます。
私たちは、そのように、わくわくする集団であり続けたいと思っています。
しかし、実際には、自分のアイデアが、
そのまま世の中に受け入れられることは多くありません。
そんな時でも、悲観せず、諦めず、時には「どうしたらできるのか」
という考え方でアプローチすることも大切です。

05 貢献欲を持っている

世の中に、他人に貢献したいという意欲を持っている人の多くは、
ある一定の能力を身につけた人であるように思えます。
そのような人たちは、自分の持つ能力が、チームや周り、
そして世の中において、どんな役割を持つのかを理解し、
その能力で、どのように貢献できるかを考えます。
チームへの貢献によって、そのチームがさらに高い価値を生み出し、
結果的に、世の中への価値提供・社会貢献へとつながります。

06 変化を前向きに捉え、
適応していく

どんなにすばらしい価値を提供していたとしても、
世の中のニーズはどんどん変化し、
新しい価値を創出するライバルの登場により、
これまでの提供価値がなくなることがあります。
それほど悲しいことはありません。
私たちは、自分たちを最強のライバルと見て、
常に、自分たちの提供価値を正しく疑い、
世の中の変化を前向きに捉え、絶えず新しい価値を創造していく。
その結果が、企業の永続的な発展へとつながります。

07 自分をオープンにできる

仕事をする上で大切なことの一つとして、
一緒に働く仲間を信用できることがあげられます。
相手を信用するには、相手をよく知る必要があります。
周りから信用され、信頼を得ている人は、
一緒に働く仲間に対して、
公私ともにオープンに接している人が多いと感じます。
同様に、自分が周りから信用・信頼されるには、
まず、自分をオープンにする必要があります。
企業としても、私たちは、世の中にオープンな姿勢であることで、
みんなから信用・信頼され、応援される企業でありたいと思っています。

08 学び続ける

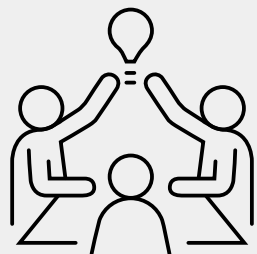
学びにおいて、ゴールはありません。
世の中は急速に変化していきます。
そして、自分の興味分野もどんどん広がっていきます。
新しい知識を得ることで、新たな喜び、さらなる成長へとつながります。
私たちは、いつまでも知的好奇心に溢れ、学び続ける集団でありたいです。

“Ateam People”

“Ateam Purpose”の実現に向けた、組織文化の醸成・継承

多様な働き方含め世の中の流れに順応し、変わらず創造性の高いビジネスを創出し続けるためには、創造性の豊かな人材が必要です。そのためエイチームでは、創造性の豊かな人材が活躍できるよう、主に4つの文化を大切にしています。

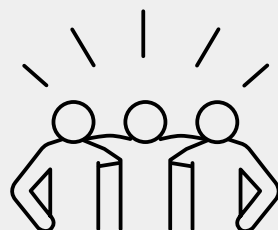
みんなで経営について考える文化



社員だれもが参画できるオープンでフラットな経営で、一人ひとりが経営について考えます。経営や事業などの情報をグループ会社含む全社員へオープンにすることを目的に始まった「エイチーム全体ミーティング」は、累計開催数1,000回を超えました*。また、新しい事業の柱を創出すべく新規事業案コンテスト「A+」を開催し、継続的な事業創出を目指しています。

※2002/7/16～2022/7/31までの累計開催数

お互いを認め合う文化



一人ひとりが「みんなから必要とされる存在である」ために、お互いの長所を見つけ、認め合い、不足を補い合います。それが相手を必要とすることにつながり、相手を必要とすることができれば、相手からも必要とされます。

コミュニケーションを大切にする文化



チームで仕事に取り組むためには、一緒に働く仲間同士がお互いをオープンにし、信用・信頼し合うことが大切です。コミュニケーションを大切にすることで、チームで仕事に取り組み、困難な課題にも挑むことができます。

挑戦と変化を楽しむ文化



急速に変化し続けるIT業界は「変化」の連続です。変化を前向きに捉え挑戦し続けることで、付加価値の高いビジネスが生まれると考えています。先の未来を想像することは楽しいことです。挑戦と変化を楽しむ気持ちを大切にします。

1

採用



人材採用を企業の持続的な成長戦略として位置づけ、新卒・中途採用を強化。様々な業界経験者や高い専門性を有する技術職、グローバル展開を見据えた海外人材の採用・登用を実施。

2

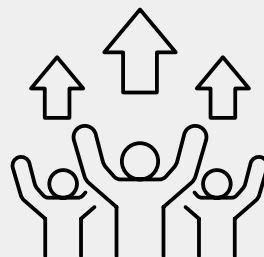
育成



職務遂行に必要な育成・研修により入社後の早期戦力化を図ります。新入社員研修、チームラーニング、マネジメント研修、全社横断の勉強会・共有会を実施。

3

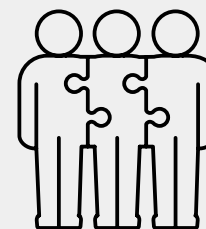
人材活性



社員のパフォーマンスとエンゲージメント向上を目的に、最適な人材登用を行う異動制度、役割や専門性に応じた職務領域の設置、表彰制度を実施。

4

定着支援



社員の長期的なキャリア形成を支援するために、働き方を支援する「ファミリーサポート制度」の設置、キャリア支援の「自己申告シート」「キャリア面談」を定期的実施。

5

健康と安全



社員が健康・安全に働くことのできる環境づくりのため、働きやすさを実現するオフィス設計、社員の健康・安全を担保する制度を拡充。



採用

育成

人材
活性定着
支援健康と
安全

1 採用

● 新卒・中途採用

人材採用は今後の持続的な成長に向けた重要な経営戦略と考え、新卒採用による若手人材の採用、中途採用による専門性の高い即戦力人材の採用を実施。新たな人材確保により、組織の硬直化を防ぎ、流動性の高い組織へ変革することで、事業や組織の成長を目指します。

● 人材の多様性

年齢・性別・国籍などにとらわれない採用活動や障がい者雇用の促進を進めるとともに、エイチームで働く誰もが安心して個人の力を発揮できる環境づくりに取り組んでいます。人材の多様性と働きやすさを支える制度や環境整備に取り組んだ結果、エイチームでは若い世代や男性・女性社員ともに子をもつ社員が多く在籍しています。

● 海外人材の採用

エンターテインメント事業のグローバル展開に向け、海外人材を積極的に採用しています。海外のビジネスパートナーの開拓、グローバル向けゲームの企画・カルチャライズやユーザーサポート等の業務を遂行。採用活動では、日本語と英語の求人票を公開し、世界中どこからでも採用選考に参加可能なオンライン選考を実施しています。

2 育成

● 新入社員向け研修(新卒・中途)

新入社員(新卒・中途)を対象に、入社後1～3カ月かけて研修を実施。業務に必要な基礎知識やスキル、事業やサービス、業務の遂行において必要なルールを学び、早期での戦力化を目指します。

● チームラーニング

社員が主催する研修制度で、社員自身が講師となり、自分の知識やノウハウを他の社員に教えます。時には社外の講師を招き、講義を実施することもあります。2018年にスタートし、2022年7月31日現在において100回以上開催されました。

● マネジメント研修

マネージャー以上のマネジメント層を対象にマネジメント研修を年2回実施。マネジメント層に求める意識や行動を言語化した「エイチームマネジメントスタイル」を策定し、マネジメント体制と組織基盤の強化を図っています。「マネジメントサーベイ」や上司に対するコメントを、もう一段上の上司に報告する取り組み「上司コメント」を定期的の実施し、マネジメント層へフィードバックしています。

● 全社AI研修

FY2021の全社目標『全社「AI」基礎力アップ!』に向け、全社のAI研修を開始。先端技術の教育事業を行う株式会社キカガクのAI研修受講メンバーが主導して社内研修プログラムを考案。研修は全社員が対象で、必須受講10時間、最大50時間(業務時間内)のカリキュラムで実施。

● 勉強会や共有会

エンジニア勉強会、デザイナー勉強会、マーケティング共有会、マスマーケティング勉強会、PRクラブ(広報勉強会)、AI WORKING GROUP(AI共有会)など、テーマに合わせた幅広い勉強会や共有会を実施。組織間の交流を促しながら、相互に学び合い、知見やナレッジを共有することで個人のスキルアップや組織の生産性を高めることを目的としています。



採用

育成

人材
活性定着
支援健康と
安全

3 人材活性

● 異動制度

定期的な異動等により社員の長期的なキャリア形成を支援。社員と組織・仕事内容のマッチングを高めることで最適な人員配置を実現し、組織間の人材流動性を高めることで組織の活性化を図っています。社内公募で異動が可能な「ジョブポスティング制度」、社員が自ら手を挙げて職種変更や他事業部への異動を申請できる「フリーエージェント制度」などを整備し、社員のキャリアの選択肢を広げることで長期的なキャリア形成を支援します。

● 役割や専門性に応じた職務領域

役割や専門性に依拠して7つの職務領域を設定し、キャリアの選択肢を拡大。主な領域は幅広い業務を担当する「ビジネス領域」、組織運営や部下の管理監督をする「マネジメント領域」、高い専門スキルや技術を有する「スペシャリスト領域」があります。

● Ateam FESTIVAL

成功・活躍・貢献の事例を共有し、共に学び、今後の取り組みにつなげることで、お互いを高め合い認め合う文化を継承し、みんなで成長していくための「表彰」と「交流」を融合した社内コミュニケーションのイベントを実施。受賞者のナレッジを言語化した社内報「Knowledge book(ナレッジブック)」を展開しています。

4 定着支援

● キャリア形成支援

社員の長期的なキャリア形成支援を目的に、キャリアに関する希望や悩みを定期的に申告する「自己申告シート」、人事に相談できる「キャリア面談」、上司と部下との「1on1ミーティング」などを実施しています。

● ファミリーサポート制度

社員が長期的に安心して働けるよう、働き方を支援する制度として「ファミリーサポート制度」を2017年より導入。育児や介護をする社員の働く時間の選択肢を拡大、企業主導型保育所の利用、特別休暇の付与などの支援を行っています。その他にも、育児休暇取得後の職場復帰に係る不安を解消するため、育児休業中の社員を対象に「育児ランチ」を開催したり、休業中に「キャリア面談」を実施することで社員の働き方をサポートしています。

「Ateamかぞく報」を創刊

エイチーム社員「Ateam People」が活躍できる会社であるため、介護や育児などキャリアを支える制度を整備するのみならず、ご家族にエイチームの企業活動についてより理解してもらい、ご家族とのコミュニケーションのきっかけとなるような機会を積極的に設けています。2022年は「Ateamかぞく報」を創刊。会社や事業の取り組み、社員の声を紹介し、エイチームの「今」を伝えています。



3年ぶりに開催した「社員ご家族向け会社説明会」の様子も掲載。2019年以來9回目の開催となる今回は、社員・内定者のご家族約60名の参加がありました。





採用

育成

人材
活性定着
支援健康と
安全

ファミリーサポート制度の活用

パパママ社員の

声

片桐 しのぶ
(2016年入社)職種：デザイナー
家族構成：自分、夫、
子ども1人

片桐さん親子

働き方を考えることは、家族を考えること。**さらに働きやすいエイチームを目指し、良い流れを作っていきたい**

出産を経て現在は、在宅と出社のハイブリッド勤務とフレックスタイム制を活用してフルタイムで勤務しながら、育児は在宅勤務の多い夫と協力して家庭保育をしています。アシスタントマネージャーとして、チームやプロジェクトでは細かく情報共有を行うことを常々意識していますが、エイチームでは、いつ誰が休んでも良いように環境や雰囲気を作ることが大切にされていると感じます。経営理念「みんなで幸せになれる会社にすること」を実現する意味でも、私自身が仕事と家庭の両立にさらに努め、これから育児や介護を迎える社員にとって、より働きやすい会社になるようなお手伝いができればと考えています。

金子 優斗
(2017年入社)職種：エンジニア
家族構成：自分、妻、
子ども1人

金子さん親子

仕事も子育ても、自ら選び主体的に取り組む。**制度の活用やロールモデルへの学びで、自分らしい向き合い方を模索**

1歳になる子どもを保育園に預け、夫婦共働きの環境です。フレックスタイム制度や在宅勤務を活用し、業務時間をコントロールして、子育てをしながら働くことができています。残業時間は子どもが生まれたときから意識的に削減し、最近はほぼゼロになりました。私が大事にしているのは、仕事も子育てもどちらもとても大切であり、その両方が自分が主体的にやりたいことであるということ。男性含め育児取得後も活躍している人や周囲に相談できる人がたくさんいるので勇気をもらいます。仕事と家庭の両立をする中でも、さらなるスキル/キャリアアップのために毎日小さな一歩でも前に進むことを心掛けています。

家族がいるから仕事が頑張れる。**周囲のサポートとライフステージに即した時間配分で、人生の変化を乗り切る**佐藤 広幸
(2010年入社)職種：エンジニア
家族構成：自分、妻、
子ども3人

佐藤さん親子

結婚、長女と双子の誕生、家族の闘病や介護など、ライフステージの変化に合わせて、働き方に対する考え方もここ数年で大きく変わりました。特に双子の育児は想像を超える大変さで、2カ月の予定だった育休を結果5カ月取得。家族の介護が必要になった際は介護休暇を取得するなど、ファミリーサポート制度を活用することで乗り越えることができました。会社やチームメンバーが温かく状況を理解してくれるため、急なお休み取得への精神的な負担も軽減されました。家族が大変な時期を経て今は、「家族を支えるのは自分だ」という強い思いでも、もっと仕事を頑張らねばと考えるようになっていきます。



採用

育成

人材
活性定着
支援健康と
安全

5

健康と安全

● 社員の働きやすさをサポートする制度とオフィス設計

■ オフィス設計

「働きやすいオフィス環境」がオフィスのテーマで、自然と社員同士のコミュニケーションが生まれ、社員の創造性を高められるようになっていきます。窓側の外周部に遊び心のある滑り台やジャングルジム、オープンな会議室を配置した「ワイガヤゾーン」、パネルや扉がないフラットでオープンなスタイルの「ワークスペース」があります。



■ 社員食堂「LaPyuta(ラピュータ)」

地上150mの景色を臨み、東海地方で1番高いところにある「天空のカフェ」をテーマにした社員食堂「LaPyuta(ラピュータ)」は、社員同士の交流の場としても活用されています。栄養バランスを考え、化学調味料の使用を最小限に抑えるなど、社員の健康を食の面からサポートしています。



■ マッサージルーム「MoMita(モミータ)」

オフィス内に社員が無料でマッサージの施術を受けることができるマッサージルームを設置しています。執務スペースから少し離れた場所にあるため、仕事とのオン・オフを切り替え、心身ともにリラックスしてもらうことで、社員の健康面をサポートしています。



■ 休憩スペース「NeMita(ネミータ)」

執務スペース近くに癒しの休憩スペースを設置しています。社員からの「休憩できるソファを増やしてほしい」とのリクエストを受け、リフレッシュに特化した空間を構築しています。



● 安全な組織づくり支援

働くひとの健康データに基づいた予防措置により、健全な組織づくりを支援する健康管理システム「Carely(ケアリイ)」を導入しています。産業医面談、不調者管理、メンタルヘルスなどの健康管理を円滑に行います。

● 安否確認システムの導入

災害時に社員の安全確認をするため、勤務地及び任意で追加した地域にて震度5強以上の震災が発生した場合、安否確認メールが届くシステムを導入しています。また、月1回安否確認システムによる確認の訓練、防災グッズの設置や防災訓練を実施しています。

特集2 エイチームの強さの源泉—創造性豊かな人材

エイチームは、すべての社員が同じ思いを語れる会社。

とことん考え抜き、チームで
力を合わせることで“創造”が生まれる

中川 翔太

株式会社エイチームライフデザイン
デザイン開発本部 マネージャー

2014年新卒入社。配属時からエンジニアとして引越し関連事業に従事し、現在は「引越しDXプロジェクト」のリーダーやデザイナー組織のマネージャーを務める。



エイチームとの出会いは、新卒で就職活動をしていた時。説明会や選考過程で、社長から立場・職域の異なる様々な社員まで、みんなが一貫して同じ思いを語っていました。さらに、経営理念だけでなくその誕生背景までも語ることができている様子を見て、この会社の一員になりたいと強く思いました。2022年には“Ateam Purpose”が策定されました。「そもそもエイチームはこういう会社だよね」と、みんなが感じていることが言語化されたものになっていて、納得感があります。

入社後はエンジニアとして、「引越し侍」に関するマーケティング、営業、コールセンターなど多様な職種の担当者と連携し、一緒に事業を支えてきました。「引越し侍」はローンチから16年を経てエイチームを代表するサービスに育ちましたが、このタイミングでUX(顧客体験)を重視したサービスへの刷新が必要だということでプロジェクトが立ち上がり、現在はそのリーダーを務めています。

エイチームのこれからを考えたとき、一期一会の顧客接点ではなく、ユーザーが抱える

お困りごとに寄り添い、トータルでサポートするサービスをつくるのが付加価値となります。私は社内のデザイナーを統括するデザイン開発部門のマネージャーでもあり、この「ユーザーに寄り添って徹底的に考える」という姿勢をデザイナーのみんなから学んでいます。当社は、エンジニアもデザイナーもかなり主体的に事業に関わっていると思いますが、顧客体験をさらに一段上げるべく、今後社内においては、今の組織長としてデザイナーが活躍できる領域を拓いていきたいです。

また、今後のさらなる成長を見据えた時には、専門性の突き詰め方が鍵だと思っています。社名の由来にもあるように、それぞれに専門性がある一方で、その専門性を持って連携し、チームで成果を出すようになることが大切だと考えます。そういった文化の下、多様な事業を展開してきたことで蓄積されたデータやノウハウを活用し、ライフスタイルサポート事業の方針「ゆりかごから墓場まで」を体現するような、能動的にユーザーニーズに寄り添う事業へ進化させていきたいです。

社員もクライアントもユーザーも。

関わるすべての皆さんに「楽しそうだな」と
思ってもらえるエイチームにしていきたい

丹羽 梓

株式会社エイチームライフデザイン
プロモーションマーケティング本部
アドマーケティング部 部長

2011年新卒入社。一貫して引越し関連事業に携わり、営業・カスタマーサポート・企画等を経験後、現在はプロモーション部門の部長を務める。



「引越し侍」は今やエイチームを代表するブランドです。入社以来ずっと「引越し侍」とその周辺サービスに携わり、主にウェブマーケティングに従事してきました。2022年2月に、旧エイチーム引越し侍を含むライフスタイルサポート事業に関わる複数の子会社が統合し、エイチームライフデザインとして1つの子会社にまとまりました。統合により、会社・部門など組織の枠を越えて、より連携しやすい体制になったことで、爆発的に伸びるタイミングだと感じています。

創業から25年間の歴史を振り返ると、時代の変化にあわせ「こうしたい、こういうものがあれば」と自分たちが世の中に新しい価値を提供するためにどうしたらいいのかを常に考え、試行錯誤してきた結果が、“Ateam Purpose”の「創造性」という言葉に表れていると感じています。加えて、「チームで取り組むからこそ個人の創造性は輝く」とも考えています。枠に捉われず創造性を発揮し、良い化学反応を起こせる状態を作っていきたいです。

ここ数年採用活動にも携わってきましたが、

“Ateam People”があるので、社員の価値観の方向性やポテンシャルは高い水準で担保されていると感じています。私自身、エイチームで働くことが楽しく、その楽しさの源泉には、“Ateam People”に集約されるような人たちと一緒に事業を創り上げていく風土があると考えています。そのため、マネジメントする立場としては、社員本人のやりたいこと・得意なことが会社の方向性とリンクすることで、自身の成長を通じた組織への貢献を実感できるような環境を維持していきたいと考えています。

「引越し侍」でこれまでプロダクト開発とブランド開発を両軸で注力したことでサービスの差別化と高い認知度を実現できたように、今後はそれをエイチームのすべてのサービスで実現し、よりお客様の身近な存在になれるようにしたいです。そのためには、ユーザーやクライアントの求めるものを捉える「創造性」と実現するための「技術」が必要です。「あれも、これも、エイチームのサービスなんだ」という世界観を体現し、「すごく楽しそうな会社だな」と思ってもらうことが、私の描く少し先の未来のエイチームの姿です。

特集2 エイチームの強さの源泉—創造性豊かな人材

「もっと便利に」「もっと楽しく」をかなえる根幹は“技術力”。

技術力で、エイチームとともに歩み、
これからのエイチームを創っていく

堀 俊一

株式会社エイチームエンターテインメント
リードプログラマー

2005年中途入社。複数の主要ゲームアプリの開発及び開発組織の責任者を経験し、現在もリードプログラマーとしてエンターテインメント事業の開発全体を統括。



入社してから一貫して「実現したい」と思い描いたことに技術でアプローチしてきました。例えば、ヒットゲームを構想するとき、アイデアをどんどん出すような創造性を働かせることが得意な人材がエイチームにはたくさんいます。エンジニアである私は、「こういうものをつくりたい」と言われたら、「つくれます!」と常に言えるだけの技術力を持っていたい。ゲームだったら「おもしろそう」、サービスだったら「便利そう」。いかに具現化するかで、技術力はエイチームの根幹であり、これからも必要なものだと考えます。

私は、技術はあくまで「手段」とであると捉えています。創りたいものや外部環境に合わせて、手段には固執せずに取り組んできたことがエイチームの強みです。私の最初の仕事は、当時EZアプリ(BREW)で運営中だった美少女シミュレーションゲーム計7タイトルをドコモのiアプリ版に移植する、というものでした。これは当社初のドコモ公式サイトの企画でしたが、C++でアプリ

サイズ256kBで作成されたものをJavaで30kBに収めねばならず、最後の最後まで本当に移植可能なのかも疑いながらの作業でした。その後は、国内初MMORPG*である「エターナルゾーン」に次ぐ当社の第二弾MMORPG「ミリオンヴァース」の開発や、MobageやGREEのオープン化に伴うローンチタイトルの開発、スマートフォン向けゲームで初の大ヒットとなった「ダークサマナー」等、技術のターニングポイントになったタイトルの開発を担当しました。ハードウェアの進化など急速な技術革新による変化の中でも、エイチームは戦略的に、一つの技術に縛られず、必要な技術をそのつど学びながら使いこなし磨き上げることで存在感を築いてきました。

入社当時、社員は15名ほど。林社長が描く上場の話も夢物語だなんて思ったことはなく、自分も一緒に会社を創っているという実感がありました。技術力を駆使して新たな価値を一緒に生み出していきたいというのが、現在の私のモチベーションです。

※大規模多人数同時参加型オンラインRPG

未知への挑戦の連続がエイチームで働くモチベーション。

CX（顧客体験）向上に向け、
働く皆が“創造性”高く働ける環境づくりに取り組む

常深 香里

株式会社エイチームライフデザイン
CX推進室室長

2010年新卒入社。プライダル事業に立ち上げから従事し、運営会社の旧エイチームプライズ代表取締役社長に就任。現在は全社的なCX向上を推進する組織の室長を務める。



現在は、デジタルマーケティング支援ビジネス領域を展開するエイチームライフデザインのCX推進室の室長を務めています。CX推進室では、当社のウェブサービスをご利用いただくお客様との接点を継続的に持ち、「お客様が本来求めている価値」を捉え、サービスの利用前後まで含めたトータルサポートを実現するための仕組みづくりをしています。

例えば「ハナユメ」のお客様は結婚式場の見学をしたくてサービスを利用しているのではなく、素敵な結婚式を挙げることをゴールとしています。お客様の本質的な目的・ゴールに向けて、限定的な顧客接点ではなく、お客様に寄り添い、ゴールまでの様々な迷い・悩みに対してトータルサポートできることが大切だと考えています。そのため、現在CX推進室では「ハナユメ」だけでなくライフスタイルサポート事業の各サービスの顧客データを一元管理し、お客様一人ひとりのライフイベントを一貫してサポートできるシステムの構築を進めています。

まず着手しているのが「社内のCX向上」です。CX推進室の私たちにとっての顧客は、営業やコールセンターなど社内システムを使う人たちであると定義しました。彼らがクライアントやエンドユーザーと向き合う時間を増やせることが、より良い顧客体験につながると考え、それを実現するための仕組みづくりをしています。

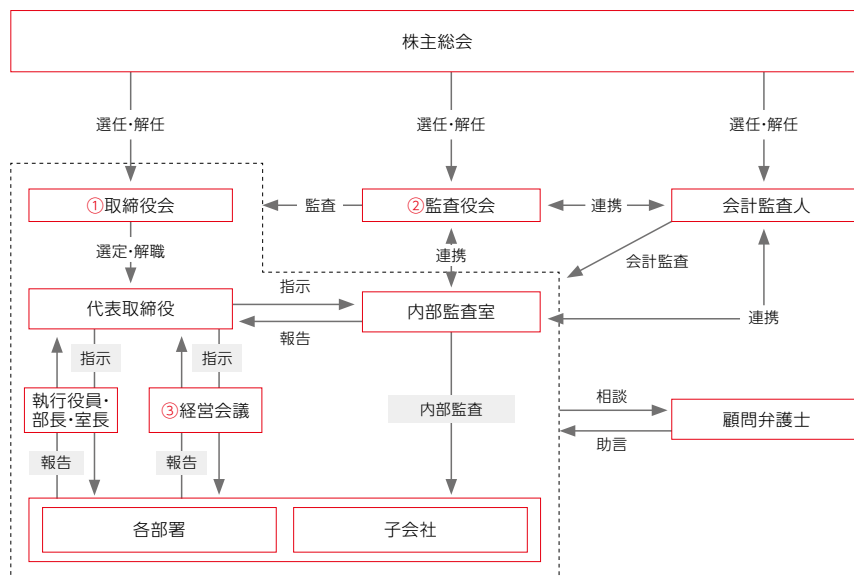
現在の取り組みは、全社的にもこれまで直面したことのない課題への挑戦のため、チームには「それを自分たちで成し遂げるんだ」という高い当事者意識があり、モチベーションになっていると感じています。私自身の経歴を振り返ると、元々エンジニア職での入社で、「すぐ婚navi(現・ハナユメ)」のサービス立ち上げ、プロモーションやデザイナーのマネジメント業務、旧エイチームプライズの代表等、様々な経験と挑戦をしてきました。入社して10年以上経ちますが、今なお、常に挑戦が待っていて、ストレッチしていることが感じられている。それがエイチームで働く原動力になっています。

コーポレートガバナンス体制

基本的な考え方

当社グループは、「みんなで幸せになれる会社にする」「今から100年続く会社にする」を経営理念に掲げ、企業価値の向上に取り組んでおり、永続的な企業価値の最大化を実現する上で、コーポレートガバナンスの徹底を重要な経営課題として位置づけております。当社グループは、従業員、顧客、取引先、株主、地域社会等あらゆるステークホルダーの立場と利益を尊重し、法令・倫理の遵守を日々の活動の根幹に据え、社会的責任の遂行に努めております。

コーポレートガバナンス体制 企業統治体制の概要 組織形態:監査役会設置会社



取締役会及び監査役会の構成



① 取締役会

当社は取締役会設置会社であります。取締役会は、代表取締役社長が議長を務めており、取締役5名(うち社外取締役2名、2022年7月31日現在)で構成されております。取締役会では、監査役出席の下、経営上の意思決定、業務執行状況の監督、その他法令で定められた事項及び重要事項の決定を行っております。当社では原則として定時取締役会を月1回開催し、取締役会においては業績の状況、その他の業務上の報告を行い情報の共有を図るとともに、必要に応じて臨時取締役会を開催しており、監査役からは適宜意見及び指摘を受けております。

② 監査役会

当社は監査役会設置会社であります。監査役会は、常勤監査役が議長を務めており、監査役3名(うち社外監査役2名、2022年7月31日現在)で構成されております。原則として監査役会を月1回開催し、監査の方針、監査計画及び職務の分担等を定め、各監査役はそれらに従い、取締役の職務執行、当社各部門及び子会社の現場の監査を行っております。会計監査人とも緊密な連携を保つために定期的な情報・意見交換を行い監査の有効性及び効率性を高めております。今後も監査役制度につきましては、企業規模に応じた適正な体制を確立していく所存であります。

③ 経営会議

当社の経営会議は、代表取締役社長が議長を務め、取締役、子会社代表取締役、その他議長が認めた者で構成されております。原則として月2回経営会議を開催し、各事業の進捗状況の報告、リスクの認識及び対策についての検討、業務に関する協議を行っており、これらは必要に応じて取締役会に報告される体制となっております。

取締役・監査役

■ 取締役

**林 高生**

代表取締役社長

在任期間:22年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)

**中内 之公**

取締役
エンターテインメント事業本部長

在任期間:12年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)

**間瀬 文雄**

取締役
ライフスタイルサポート事業本部長

在任期間:4年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)

**臼井 興胤**

独立社外取締役

在任期間:3年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)

**加藤 淳也**

独立社外取締役

在任期間:7年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)

**吉崎 亮介**

独立社外取締役

在任期間:一年
取締役会出席状況:
— (—%)

※2022年10月27日 就任

■ 監査役

**有藤 速利**

常勤監査役

在任期間:9年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)
監査役会出席状況:
14/14回(100%)

**山田 一雄**

独立社外監査役

在任期間:16年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)
監査役会出席状況:
14/14回(100%)

**田嶋 好博**

社外監査役

在任期間:14年
取締役会出席状況:
14/14回(100%)
監査役会出席状況:
14/14回(100%)

取締役会の実効性評価

実効性評価

評価の方法

社外を含むすべての取締役及び監査役に対し、評価の主旨等を説明の上、取締役会事務局が作成した取締役会実効性評価アンケートに基づき、自己評価を実施しました。概要及び評価は、以下のとおりです。

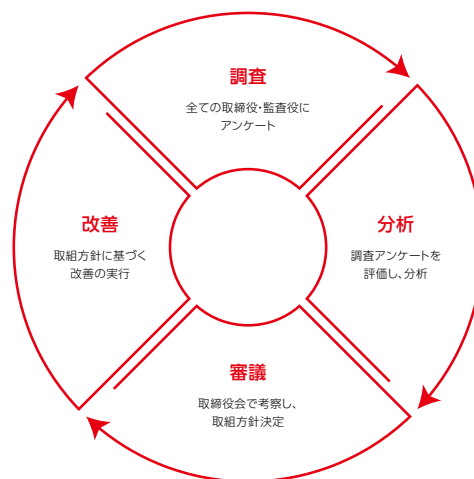
評価方法

- ①調査は記名方式としました。
- ②アンケート実施日は2022年8月10日です。
- ③評価項目ごとに選択式、記述式での回答としました。

評価項目

評価を実施した大項目は以下のとおりです。

- ①取締役会の運営
- ②取締役会の役割
- ③取締役会の構成
- ④取締役の選任
- ⑤取締役会を支える体制



分析・評価結果の概要

当社は、取締役会の実効性の現状について、以下のとおり分析・評価します。

- ①昨今の新型コロナウイルス感染症拡大の状況下において、引き続き、オンラインでの開催となりましたが、継続して社内・社外や取締役・監査役の区別なく、自由闊達で建設的な議論・意見交換がなされ、当社の取締役会の実効性は十分に確保されています。
一方で、審議に際し、議案資料の一層十分な事前開示や事前説明の充実化を図ることが必要であると認識しております。
- ②当社取締役会は、他社での経営経験や財務・会計・法務に深い知識を有する社外の実効性のある取締役及び監査役を含め、多様な見識・経験を有する取締役により構成されており、各取締役は、役割・責務に係る理解を深める機会、必要な知識を継続的に更新しております。
引き続き、今後の事業戦略をもとに、取締役会の全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性に関する考え方を定め、取締役会の構成を検討することが必要であると認識しております。
- ③サステナビリティを巡る課題への取り組みについては、取締役会で議論する内容を整理し、さらに議論を深め、適切に開示することが必要であると認識しております。

実効性向上に向けた取り組み

今回の実効性評価の結果を受け、取締役会における議論の活性化のため、議案の背景事情に関する情報や社内議論の過程に関する情報の提供を一層充実化させるとともに、特に重要な業務執行に関する議案については、取締役会開催前に事前説明の場を設ける等、取締役会における審議の質のさらなる向上を図ります。また、取締役会の構成について継続的に議論、検討することで、取締役会のさらなる実効性の向上に努めてまいります。

役員報酬等

取締役及び監査役の報酬等

役員報酬等の内容の決定に関する方針等

方針の決定方法

当社の役員報酬は、当社の持続的な成長を実現すべく、業績拡大及び企業価値向上へのインセンティブとして機能することを目指しております。

当社取締役会は、この趣旨に従い、当社取締役及び監査役が受ける報酬等の方針を以下のとおり決定しております。

方針の内容の概要

1. 報酬の構成及び支給の考え方

取締役の報酬は「基本報酬」及び「業績連動報酬」で構成しております。ただし、業務執行から独立した立場である社外取締役及び監査役の報酬は「基本報酬」のみで構成しております。

基本報酬は、各役員の「職責」及び「業績」を総合的に反映するものです。職責については、当該役員が所管する事業または部門の状況や業績責任の大きさを反映し、報酬額を決定しております。また業績については、当該役員が所管する事業の業績並びに全社業績を踏まえ、翌期の報酬額に反映しております。基本報酬は、当該役員の業務遂行全般への対価であることから、役員選任時に年俸額を決定し、その12分の1の額を毎月支給しております。

業績連動報酬は、当社業績を適切に反映した上で、役員による当社株式保有を促進する手段として「BIP信託」を導入しております。BIP信託の支給有無及び支給株式数は、企業価値を反映する指標である「当社グループ連結の当期純利益」の予算達成率に応じて決定します。業績連動報酬は、当該年度の事業成果への対価であり、事業年度終了後2カ月以内に支給有無を判定し、年1回支給します。

2. 報酬項目ごとの割合の考え方

業績連動報酬は、基本報酬に対して0～40%程度の割合で変動する制度としております。

3. 報酬水準の考え方

当社の役員報酬水準は、同規模または同業他社の水準を参考にした上で、当社従業員の給与水準との格差を踏まえながら検討しております。

個人別の報酬決定の考え方

1. 個人別の報酬額の決定方法

取締役個人別の基本報酬額は、株主総会決議による限度額の範囲内で代表取締役に一任することを取締役ににて決議しております。代表取締役が検討する役員個人別の報酬額は、社外役員による諮問を受けた上で最終決定しております。

なお、当事業年度においては、代表取締役である林高生が、社外役員による諮問を受けた上で取締役個人別の基本報酬額を決定しました。その報酬の総額を、2021年10月27日開催の取締役会において決議しました。代表取締役である林高生は、各取締役との定期的な面談を通じて、各取締役の業務遂行状況や各事業の業績進捗を逐一把握しており、各取締役の報酬額を決定するに相応しいと考えております。

2. 当事業年度に係る取締役の個人別報酬等の内容が方針に沿うものであると取締役会が判断した理由

取締役会は、報酬決定の透明性・客観性を高めるために、代表取締役には社外役員による諮問を受けた上で取締役の個人別報酬額を決定することを一任しております。また業績連動報酬については、取締役向け株式交付規程の定めに従い支給額を決定していることから、上記報酬決定方針に沿うものであると判断しております。

提出会社の役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数
(2022年7月期)

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)		対象となる 役員の員数 (名)
		基本報酬	業績連動報酬 (BIP 信託)	
取締役 (うち社外取締役)	144 (11)	144 (11)	-	5 (2)
監査役 (うち社外監査役)	19 (7)	19 (7)	-	3 (2)
合計 (うち社外役員)	164 (18)	164 (18)	-	8 (4)

(注) 1. 取締役の報酬限度額は、2005年9月30日開催の第6回定時株主総会において年額300百万円以内とする旨、決議しております。
当該定時株主総会終結時点の取締役の員数は3名です。
2. 監査役の報酬限度額は、2005年9月30日開催の第6回定時株主総会において年額30百万円以内とする旨、決議しております。
当該定時株主総会終結時点の監査役の員数は1名です。

コンプライアンス

当社では、会社法及び会社法施行規則に基づき、業務の適正を確保するための体制整備の基本方針として、内部統制システム整備の基本方針を定めております。この方針は、2008年2月15日に取締役会にて制定し、以降は適宜リスク管理体制について見直しを行っております。

リスクマネジメント

当社は、取締役会及び経営会議でのリスク管理に努めるとともに、リスク管理体制を強化するため、事業計画の策定、予算統制、「リスク管理規程」及び行動規範を含む諸規程に基づく業務運営と内部監査体制の強化による内部統制機能の充実に取り組んでおります。

また、事業活動上の重大な事態が発生した場合には、対策本部を設置し、迅速且つ的確な対応を行えるよう、損失・被害等を最小限にとどめる体制を整えております。

社外取締役メッセージ

吉崎 亮介 **新任**

社外取締役 ※ 2022 年 10 月 27 日 就任
株式会社シカガク 代表取締役会長

エイチームが創業20余年を迎えたタイミングで、“Ateam Purpose”を策定したことは、今後の成長の鍵になると予想しています。

私自身はこの6年間は起業家として自身が創業した教育の会社に専念してきましたが、培った知見を活かし、人の力を伸ばして新たな事業を作り出すことができる人的資本経営を目指して、意見や情報提供を行っていきたくと考えています。

社外取締役の立場から、エイチームが成長するために必要な議論は、3点だと考えています。1つ目は、最も直近に必要な技術力の強化。IT分野は日進月歩で新しい技術を学び続けなければ適応できなくなります。日々の業務に追われ、重要度の高い新しい技術のキャッチアップが疎かになるチームは衰退の一途を辿るため、この点へ言及していきます。その延長線上として2つ目が、新規事業を生み出せる人材の育成。高い技術を持つだけでなく、理念に基づいた事業立案から収益化まで担える人材を教育によって生み出します。そして3つ目は、これまで2つのさらに延長線上にある全社員に対する経営理念の深い浸透です。規模が大きくなると経営陣との距離が離れ、取り組む事業への理解度は高くも経営理念は言葉として知っていても腑に落ちていないことがよくあります。創業時の想いや自社の歴史を知らない社員が多くなるためです。だからこそ浸透は難しいのですが、新規事業など会社の将来をそれぞれが本気で考え、日常的に議論する状態になることで、より深い理解が得られると考えています。

社外取締役として私に期待される役割は、IT 業界の技術的な知見に基づいた経営判断です。また、同世代である若手の人材育成や登用のあり方、そして、起業家、創業者といった視点からエイチームブランドのあり方にも言及することで、第三者視点から企業価値向上に尽力してまいります。

臼井 興胤 **再任**

社外取締役
株式会社コメダホールディングス 代表取締役会長、
株式会社コメダ 代表取締役会長、客美多好食股份有限公司 董事

不確実性の高まりと変化のスピードが圧倒的に異なる現代では、20世紀型の生産性アップや効率化では経済価値を生み出すことはできません。同時に私たちは、地球環境への配慮や社会的課題解決を事業体の責務とするSDGsの大きなうねりの中にいます。そんな環境下、エイチームは一人ひとりの創造力を活かす風土と未来の社会に新しい付加価値を生み出せる人材に恵まれていると思います。是非、IT技術を駆使しながら、地球に優しく多くの人々を便利に、そして幸せにするアイデアをどんどん事業化していただきたいと思います。

私は社員の皆さんが持つ若さとIT技術についての知見には敵いませんが、内外問わず異なる様々な事業分野での経営経験を基に、今後ともエイチームのビジネス構築力や展開力の部分を中心に支援をしてまいりたいと思います。

加藤 淳也 **再任**

社外取締役
弁護士、城南法律事務所 所長、株式会社 Photo electron Soul 社外監査役

エイチームはこの1年、様々な変化を遂げてきました。経営の効率化や機能強化を図るため、ホールディングス化や組織再編を行いました。これらの意思決定は、短期間で集中的に議論した上で、迅速に行われたと思います。そのようなステージにおいて、“Ateam Purpose”が策定されました。組織が拡大・複雑化する中で、全社員が一丸となって同じ気持ちで仕事に取り組んでいくために、とても意義のあるものと考えます。

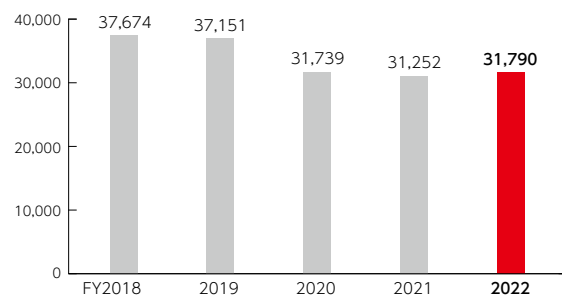
ガバナンスの観点では、新たに吉崎社外取締役が就任しました。AIやDXへの見識が深く、会社経営もされている吉崎社外取締役より、社外の立場から客観的な視点でご意見をいただけることで、取締役会や経営会議がより活性化し、ガバナンスの強化につながるものと期待します。

エイチームは「今から100年続く会社にすること」を経営理念のひとつに掲げています。変化の激しい社会において持続的に会社を発展させるために、経営理念や“Ateam Purpose”を大切にしながら、今後も新たな価値を創出し続けていくことを期待します。

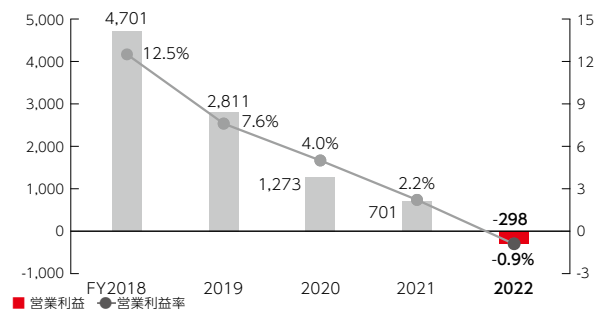
ESG	項目	2021年7月31日現在	2022年7月31日現在
Environmental	電気使用量	459,837kWh	491,085kWh
	水道使用量	1,953m ³	1,829m ³
	空調使用量	561,451MJ	553,520MJ
Social	従業員	全体	1,101 名
	性別	男性	53.8%
		女性	46.2%
	国籍	日本	96.1%
		外国	3.9%
	採用	新卒	29.4%
		中途	70.6%
	年齢	20 代	39.9%
		30 代	50.3%
		40 代	9.4%
		50 代	0.3%
		60 代	0.1%
	職種	ビジネス	-
		Web エンジニア	-
		Web デザイナー	-
		ゲームプログラマー	-
		グラフィックデザイナー	-
		CS	-
		コーポレート	-
	管理職	全体	115 名
	性別	男性	67.8%
		女性	32.2%
	国籍	日本	96.5%
		外国	3.5%

ESG	項目	2021年7月31日現在	2022年7月31日現在
Social	採用	新卒	25.2%
		中途	74.8%
	障がい者雇用率	—	0.54%
	平均年齢	—	31.6 歳
	平均勤続年数	—	4 年 3 カ月
	平均月間給与	全体	401,862 円
	性別	男性	441,045 円
		女性	351,055 円
	離職率	—	12.1%
	育休取得率	全体	48.7%
	性別	男性	12.5%
		女性	86.8%
	育休復職率	全体	94.8%
	性別	男性	100.0%
		女性	95.0%
Governance	ストレスチェック受検率	—	80.5%
	労働災害発生数	—	1 件
	健康診断受診率	—	93.2%
	有給取得率	—	57.2%
	平均残業時間	—	20.3 時間
	取締役構成員	全体	5 名
	社内 / 社外	社内	3 名
		社外	2 名
	うち独立	—	2 名
	監査役構成員	全体	3 名
	社内 / 社外	社内	1 名
		社外	2 名

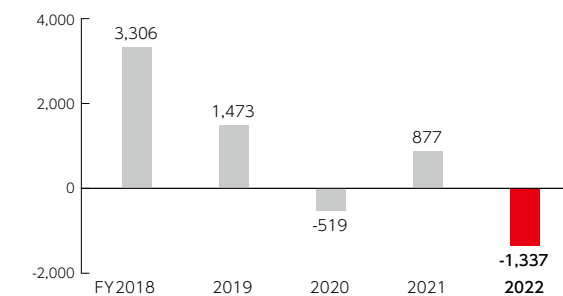
■ 売上高 (百万円)



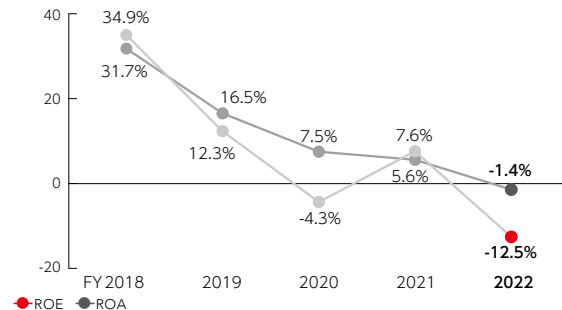
■ 営業利益 (百万円) / 営業利益率 (%)



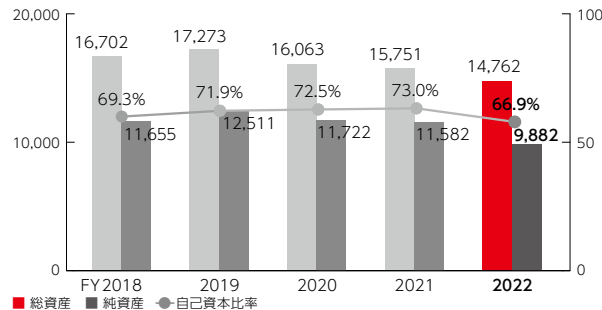
■ 親会社株主に帰属する当期純利益又は純損失 (百万円)



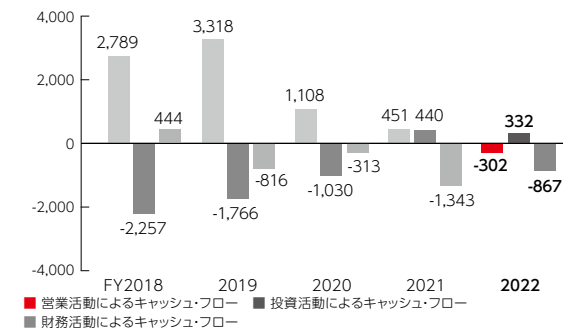
■ ROE (%) / ROA (%)



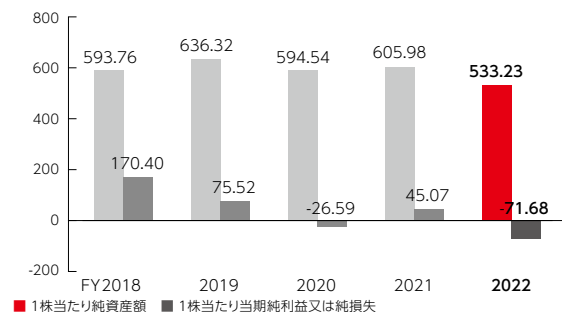
■ 総資産 (百万円) / 純資産 (百万円) / 自己資本比率 (%)



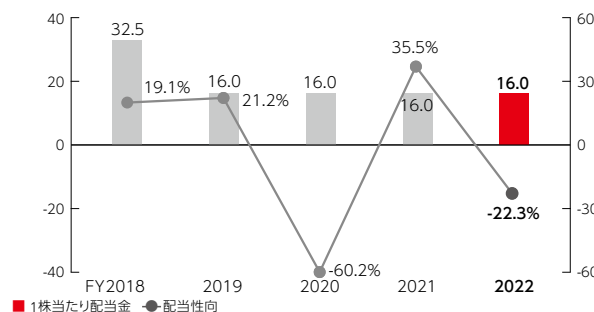
■ キャッシュ・フロー (百万円)



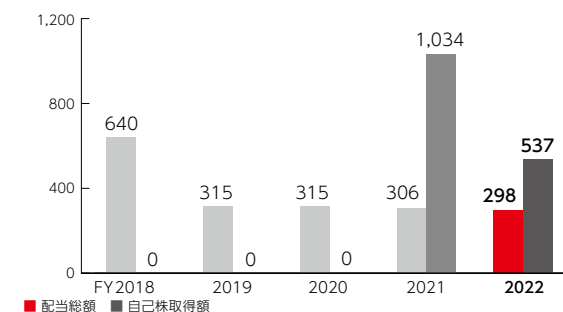
■ 1株当たり純資産額 (円) / 1株当たり当期純利益又は純損失 (円)



■ 1株当たり配当金 (円) / 配当性向 (%)



■ 配当総額 (百万円) / 自己株取得額 (百万円)



株式情報／会社概要 (2022 年 7 月 31 日現在)

株式の状況

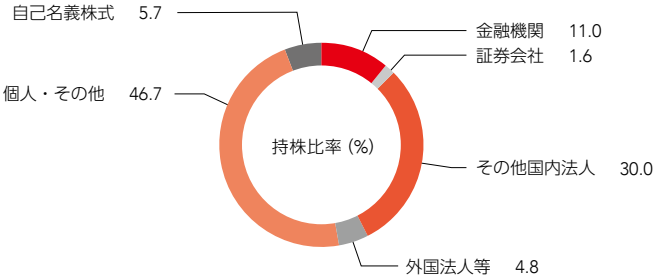
証券コード	3662
発行可能株式総数	32,100,000 株
発行済株式の総数	19,789,200 株
株主数	8,149 名

上位10名の株主

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社林家族	5,600	30.0
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,648	8.8
エイチーム従業員持株会	1,114	5.9
林 高生	706	3.7
牧野 隆広	560	3.0
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	312	1.6
林 貴夫	266	1.4
中内 之公	230	1.2
上田八木短資株式会社	215	1.1
野村證券株式会社	175	0.9

持株比率は自己株式 (1,127,988 株) を控除した上で、小数第 2 位まで算出し、その小数第 2 位以下を切り捨てて表記しております。

所有者別株式の状況



持株比率は小数第 2 位まで算出し、その小数第 2 位以下を切り捨てて表記しております。

会社概要

商号	株式会社エイチーム (Ateam Inc.)
本社所在地	名古屋市中村区名駅三丁目 28 番 12 号大名古屋ビルディング 32F
設立	2000 年 2 月 29 日
資本金	838 百万円
決算期	7 月
代表取締役社長	林 高生
取締役	中内 之公／間瀬 文雄
社外取締役	臼井 興胤／加藤 淳也／吉崎 亮介 (2022 年 10 月 27 日 就任)
常勤監査役	有藤 速利
社外監査役	山田 一雄 (公認会計士・税理士)／田嶋 好博 (弁護士)
執行役員	中内 之公／間瀬 文雄／Brady Mehagan／光岡 昭典／山根 裕美子／望月 一宏

主な事業内容	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
主な連結子会社	株式会社エイチームエンターテインメント 株式会社エイチームライフデザイン 株式会社エイチームウェルネス 株式会社エイチームフィナジー Qiita 株式会社 株式会社エイチームコマーステック
取引銀行	三菱 UFJ 銀行 名古屋営業本部 三井住友銀行 名古屋駅前支店
監査法人	有限責任監査法人トーマツ
従業員数 (連結)	社員 1,005 名 (役員、アルバイトを除く)