

ATEAM VALUE REPORT 2020

これまでの成功に胡坐をかかない。
エイチームがこれから向き合う
新たな事業の形とは

代表取締役社長 林 高生

- 01 社会全体を「幸せ」にする
エイチームならではのサービス創造に注力
- 02 目先の利益も重要、しかし最も重視するのは
長期目線で事業を考える「感性」
- 03 これまでの成功に満足せず消費者目線が
事業に欠けていないか問い直す
- 04 「感性」を磨き、消費者と事業会社に対する
情報提供の仕方の大きな変化に挑戦



特徴あるサービスでお金を稼ぎ社員が幸せになる そして社会全体を幸せにできる企業として成長していく

— エイチームとはどのような会社でしょうか

1997年6月に1台のパソコンと1台の電話機で個人事業としてスタートしたエイチームは、従業員1,000人を超える規模にまで成長しました。現在のエイチームは、人生のイベントや日常生活に密着した比較・情報サイト等を展開する「ライフスタイルサポート事業」、ゲームやツール等のアプリケーションを展開する「エンターテインメント事業」、自転車専門通販サイトを展開する「EC事業」の3事業を7つの子会社で運営しています。

エイチームの特徴は経営理念の浸透です。スタッフ10名程度で携帯向けコンテンツ事業の急拡大による成長期を迎えた2005年以降、私はお金を稼ぐことだけを目標にせず「みんなで幸せになれる会社にする」と経営理念に掲げ、実現に向けて事業を展開してきました。最近では事業が拡大したこともあり、経営理念の「幸せ」の定義をより広く捉えるようになりました。

例えば、主力事業の「ライフスタイルサポート事業」は、便利で安いだけ、右から左に物や情報を流すだけの事業者目線でのサービスは目指していません。お客様にエイチー

ムのサービスを使ってよかったと心の底から思っていていただき、そしてサービス体験を周りの方にも紹介していただけるような「ものづくりの感性」を大切に、特徴あるサービスを実現していきたいと考えています。

エイチームにしかできない事業者と消費者を結びITサービスを提供し、社会全体を幸せにする企業として自覚を持つことが重要だと、最近社員とも話しています。

— エイチームの企業文化、エイチームで働く意義を教えてください

自分の能力をちゃんと理解し、物事をオープンに語れる人がエイチームでは活躍しています。私も色々なエンジニアの方とお会いしますが、自分はすごいと見せる人や、相手に対して物事を難しく考えさせる人はエイチームには合わないですね。企業文化として、自分の能力を活かして、仲間と一緒にいいもの・サービスを作ろうと思える協力的な人と一緒に働きたいですね。エイチームが大切にしている価値観、そしてそのような価値観を持つ人たちを“Ateam People(エイチームピープル)”として8つの項目を定義しています。

Top Message トップメッセージ

事業拡大を実現するための理屈や理論武装は重要 でもクリエイティブ性を高める感性の大切さを忘れていないか

事業においては、だれも挑戦しない領域の事業化や“わくわく感”を大切にしています。エンターテインメント事業では、2012年にスマートフォン向けゲーム「ダークサマー」を世界に向けて配信し、国内App Store、北米のGoogle Playの総合トップセールスランキングで最高1位を記録するヒット作となりました。エイチームは世界初、業界初といったサービスを生み出す人たちが働くプラットフォームでありたいと考えています。

新型コロナウイルス感染症の影響もあり、社会全体では会社への帰属意識や仲間意識が薄れていくと思います。特に仲間意識が薄れる中で、これまで積み上げてきた社員間の信用残高が切り崩されていく可能性があります。2021年度は「新しいエイチームの働き方をつくる」を全社目標に掲げ社内プロジェクトチームを作って課題解決に向けた施策を考案し、人事部がとりまとめる形で

2020年11月に「コロナ禍の新しい働き方」に関する施策を発表しました。デジタル上での疑似出社や定期的な経営情報に関する共有を行い、「当事者意識」を持つ工夫を取り入れて在宅勤務環境下でも不都合なく働ける環境を整備しています。

——これからの経営戦略や経営課題について

事業に関して、あまり細かいことに口は出さずに見守っていますが、これまで成功してきたサービスが硬直的になってしまっていることには、てこ入れが必要だと考えています。

成功体験を積んだスタッフは、1,000円で仕入れて1,200円で売り200円の利益を残す、これを高速で回すのが「エイチームの事業」という認識で業務に取り組んでいるように見えます。そのような社員と話するとき、社外取締役の臼井さんが代表取締役社長に就



いている株式会社コメダホールディングスを引き合いに出して、どんなコーヒー店を出店したいと考えるかと問います。そうすると若いスタッフはカッコいいロゴやおしゃれな店内といった話題を中心に考え、結果として無難な店が出来上がる。一方で、現在売上高300億円を超えるコメダ珈琲店はそれぞれの店が個性を発揮しながら“くつろぎの場”を提供し成長が続いている。このような理屈

じゃつukれないものを大切にしたいと思います。社内にも理屈じゃないものを大切に考える感性豊かな社員は多くいるのですが、売上高や利益といった定量的な説明ができる人たちの論理に負けてしまい、結果として顧客目線が欠けたまま思考が硬直している。厳しい言葉ですが…胡坐をかいているように見えます。もっと感性を大切に、顧客目線で考えていかないといけない。

Top Message

トップメッセージ

成長の源泉は、事業会社の集客への「熱意」と 消費者の良いサービスを収集する「意欲」 時代変化を先読みし多様な情報提供に挑戦する

8年くらい前の話ですが、私が、ライフスタイルサポート事業で、結婚、引越しなどライフイベント間で関連するデータを統合して全体を分析することで、相乗効果が期待できる新しいサービスを創出し利益率を改善できると言ったところ、社内からシナジーがないと否定的な声がありました。今となっては、DXなどを活用してシナジーを出すべきだという議論も行われていますが、現場には情報を右から左に流して手数料をいただくサービスの発想しかないのではと考えてしまいます。

サービスは理屈ではなく感性が重要で、見せ方次第でユーザーの使い方が変わること事業運営者は意識しないといけません。このように組織がやや硬直しつつある現状を打破すべく、新たに社長直轄チームを立ち上げ、長期目線で顧客満足度の高い新サービスを創出したいと考えています。

— この先10年の世界観とエイチームの事業の姿についてお考えを教えてください

10年前を思い出すと、例えば「引越し侍」は7割がパソコンで3割がスマホでの利用でしたが、今は逆転しています。10年～15年の期間で考えればどんな変化が起きても不思議ではありません。ライフスタイルサポート事業におけるサステナビリティの前提は、何年経っても消費者が情報を探すこと、そして事業会社が集客したいと考えることは不変であること。従って両者を結ぶエイチームにとっては情報の提供の仕方が変わっていくということです。また、この先10年は、デバイスの形や有り方がスマートフォンからARメガネ(顔に装着することで拡張現実(AR)体験を実現することができる)などに変化するかもしれません。エイチームは、総合IT企業として、世の中の様々な変化を前向きに捉えて適応し感性を磨きながら、今後も歩みを止めず新たな挑戦を続けます。



Our Philosophy 理念体系図

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

“Ateam People”とは

- 01 お互いを認め合える
- 02 「儲ける」を理解する
- 03 チームで取り組む仕事が好き
- 04 少し先の未来を想像してワクワクできる
- 05 貢献欲を持っている
- 06 変化を前向きに捉え、適応していく
- 07 自分をオープンにできる
- 08 学び続ける

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は。

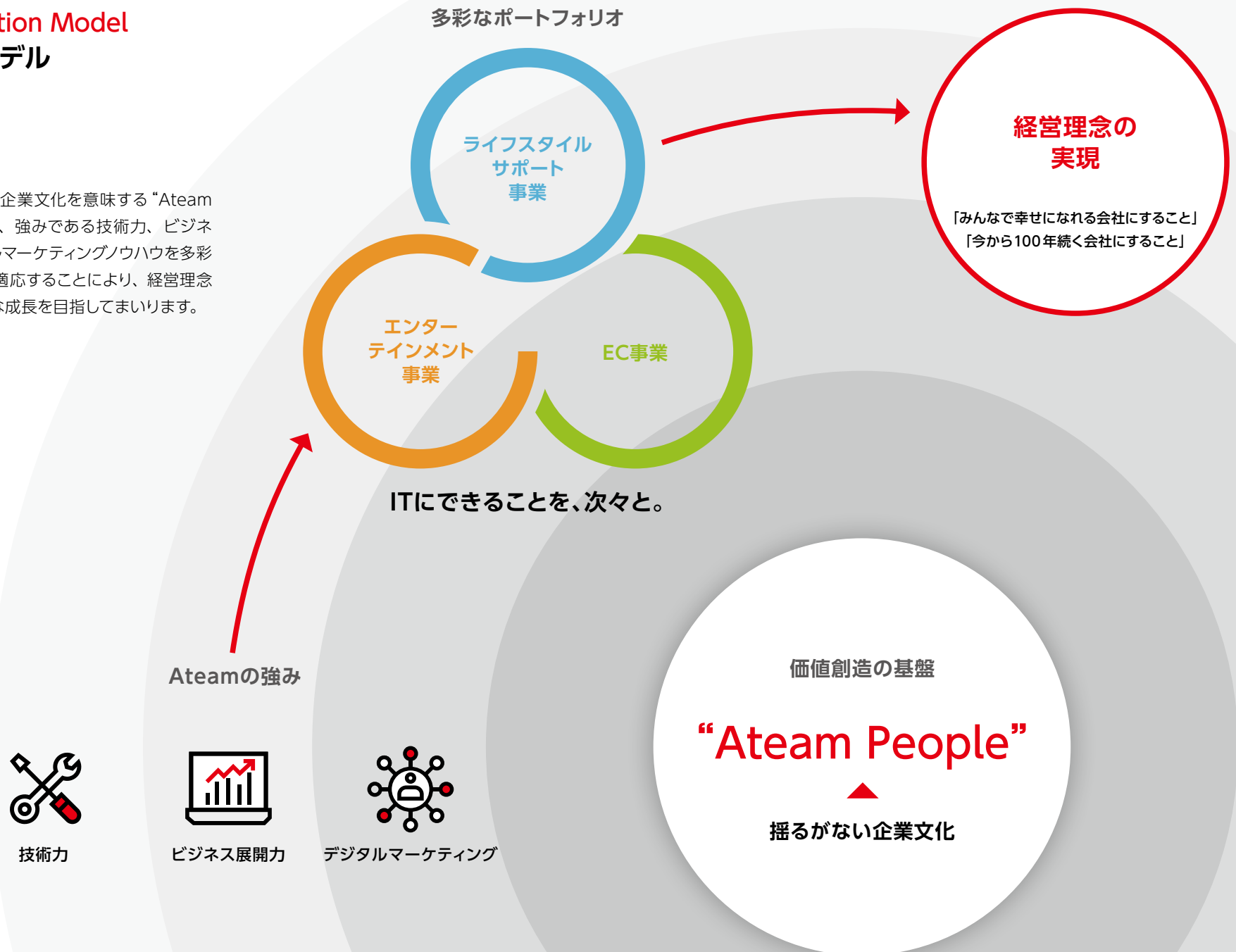
サービス理念

“Ateam People” が実際にユーザーや
社会と向き合う際の指針で、
事業ごとに定められています。

世の中

Value Creation Model 価値創造モデル

エイチームの人材と企業文化を意味する“Ateam People”を基盤に、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多彩なポートフォリオに適應することにより、経営理念の実現及び継続的な成長を目指してまいります。

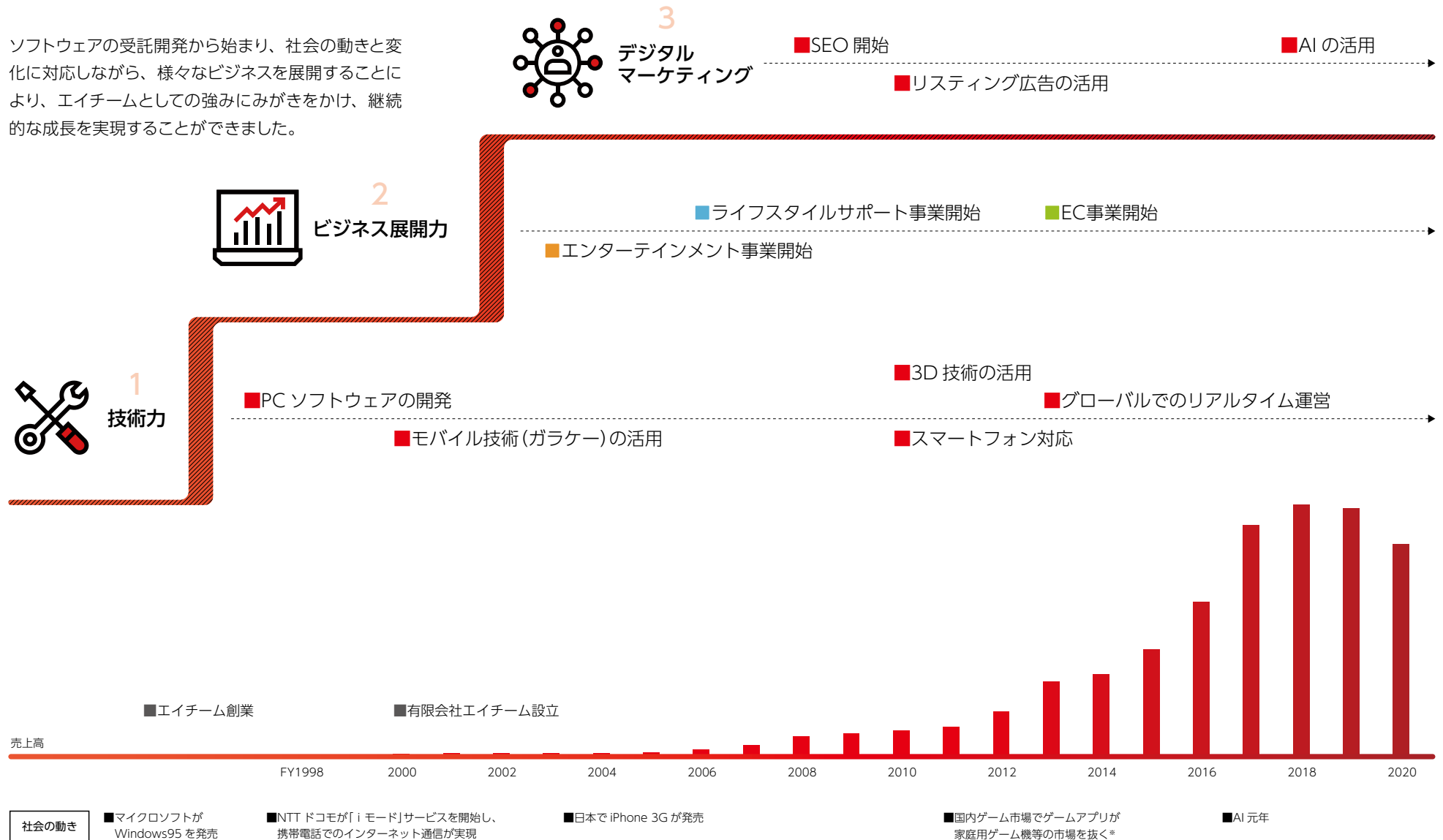


インターネットというインフラには多くのビジネス領域があり、
その数だけエイチームの可能性は広がっています。
当社はこれまで、ビジネスプラットフォームとして、
多様な事業を創出してまいりました。
これからも、総合 IT 企業として歩みを進めていきます。

ITにできることを、次々と。

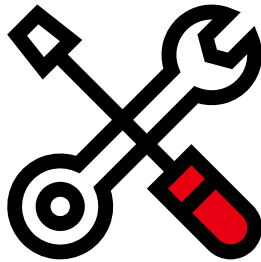
History of Ateam エイチームのあゆみ

ソフトウェアの受託開発から始まり、社会の動きと変化に対応しながら、様々なビジネスを展開することにより、エイチームとしての強みにみがきをかけ、継続的な成長を実現することができました。



※出典：ファミ通「ゲーム白書 2019」（ゲームアプリはスマートデバイスと SNS）

Our Strength 1 技術力



「**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

フィーチャーフォン ⇒ スマートフォン

携帯電話向けのインターネット接続サービスにおける公式サイトとしてゲームなどを配信していましたが、2009年ごろ、公式サイトが成長が鈍化していくことを見越し、時流に乗ったモバイルサービスへのシフトを決意しました。そこから2011年にはグリー株式会社と協業し、従来型携帯電話向けゲーム「AKB48ステージファイター」をリリース、2012年にはスマートフォン時代を先読みし、自社スマートフォン向け大型ゲームアプリ「ダークサマー」をグローバルでリリースし、大きな成功を実現いたしました。

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、スマートフォンにおいてもその体験をグローバルで実現することにより、様々な国のユーザーが同時に遊べる環境の提供につながっていきました。

2D ⇒ 3D

それまでの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でのゲーム制作をすることに成功いたしました。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、ヒット作品につながったと考えております。

Our Strength 2 ビジネス展開力



「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

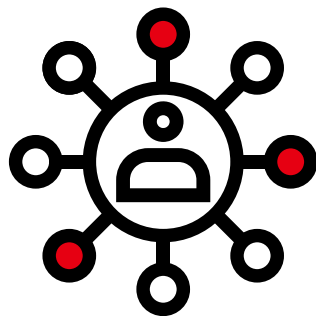
ライフスタイルサポート事業内での引越一括見積比較サイトを元に、同じようなビジネスモデルを自動車関連、金融メディアなどにも展開することに成功いたしました。このように、成功したビジネスモデルを他の業界にも転用し、スピーディーに立ち上げることで、ビジネスの幅を拡大していくことができると考えております。一方で、ブライダル関連を例にすると、個別の業界の商習慣にも合わせる柔軟性を持ち、他社に模倣しづらいビジネスモデルを築きつつ、業界とともに成長していくことを目指しております。

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。

Our Strength 3

デジタルマーケティング



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を利用しております。引越し待リリリース時の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。

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、事業拡大とともにマーケターやデザイナ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・マーケター・デザイナ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、マーケターとデザイナ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。

経験を加速する投資ボリューム

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、一つ一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共有することが可能となり、よりスピーディーな成長につながっております。

Our Business 事業ポートフォリオ

ライフスタイルサポート事業

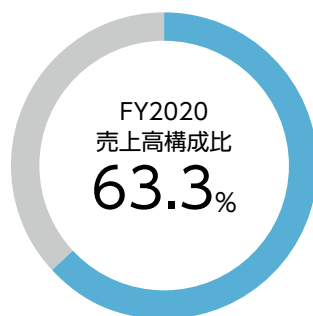
引越し侍

ナビクル

Hanayume
ハナユメ

ナビナビ キャッシング

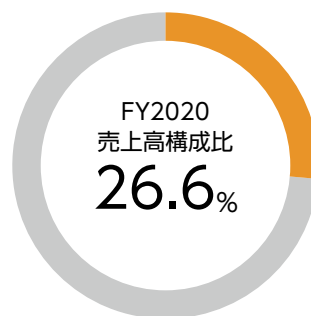
ライフスタイルサポート事業では、様々な事業領域において個人の利用者に向けてサービスを展開する事業者と提携し、「三方よし」のサービス理念のもと、人生のイベントや日常生活に密着した比較サイト・情報サイト等様々な便利なウェブサービスを展開しております。



エンターテインメント事業



エンターテインメント事業では、自社で開発したスマートデバイス向けゲームアプリケーションをApple Inc.が運営するApp Store及びGoogle LLC.が運営するGoogle Play等の専用配信プラットフォームを通じて、世界中の人々に提供しております。



EC事業

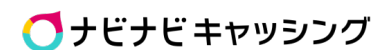
cyma -サイマ-
life & discovery

EC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専属のプロ整備士により整備を行い完全組立自転車としてオンラインで販売、自宅までお届けする独自性の高い自転車専門通販サイトを展開しております。



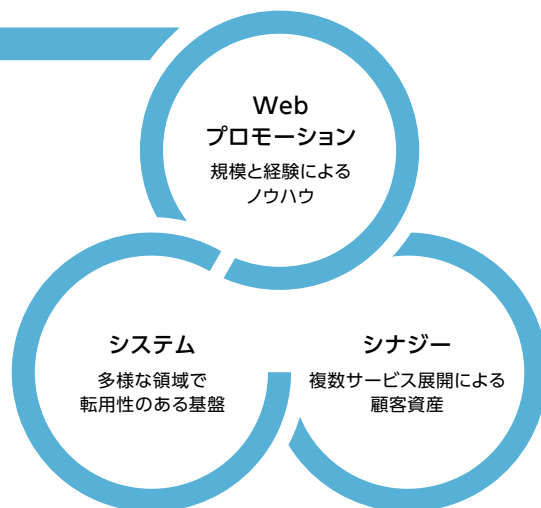
Our Business

ライフスタイルサポート事業



事業の強み

これまで数多くのサービス展開実績で築き上げた「Webプロモーションノウハウ」・多様な領域において転用性のある「システム基盤」・複数サービス展開によって蓄積された「顧客資産シナジー」。



Webプロモーションノウハウ

2006年にサービスを開始した「引越し侍」をはじめ、様々なサービスを成長に導いた経験から積み上げられたWebプロモーションの運用実績により、高確度で事業を立ち上げるノウハウを持っています。

システム基盤

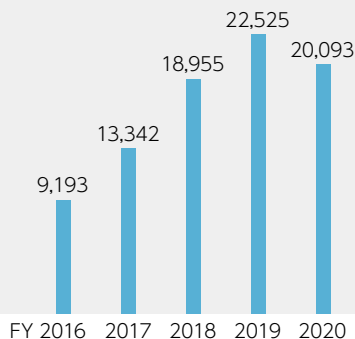
多様なビジネス領域で築き上げた転用性あるシステム基盤を有し、スピーディーに事業を立ち上げることが可能です。

顧客資産シナジー

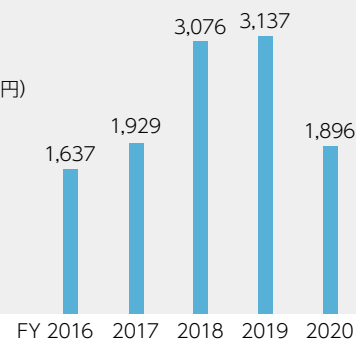
人生のイベントや日常生活に密着した様々なサービスを展開しているからこそ実現可能な顧客資産シナジー。サービス間の相互送客によって、利用者への提供価値・事業価値を最大化していきます。

業績の推移

売上高 (百万円)
20,093
(前年比89.2%)



営業利益 (百万円)
1,896
(前年比60.5%)



収入源

個人の利用者へは基本無料でサービスを提供し、主な売上はパートナー企業に該当利用者を見込客として紹介することに対する紹介手数料及び制約報酬であります。

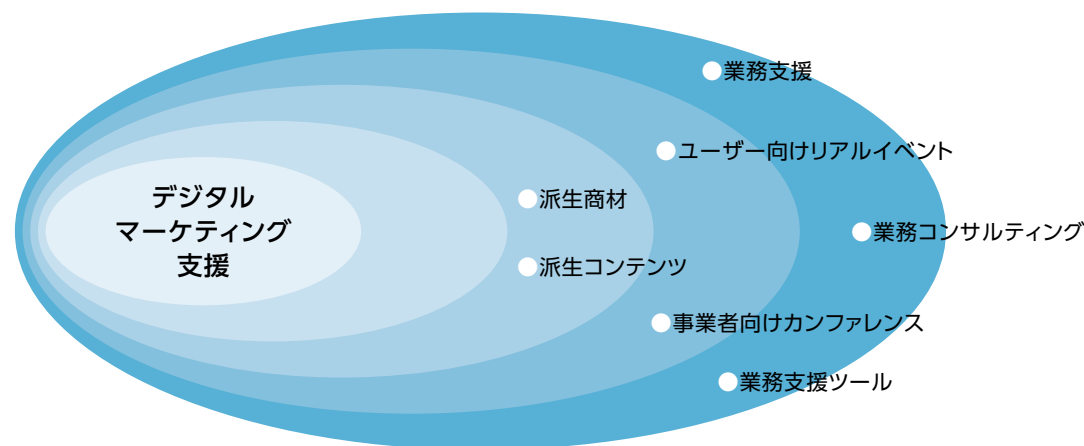
2020年7月期は、売上高は引越し周辺サービスとして展開していたエアコン販売のサービス撤退に加え、主にコロナ影響により、前年比で減少、セグメント利益は、売上の減少に伴い、前年比で大幅に減益となりました。

ライフスタイルサポート事業



デジタルマーケティング支援の強化で 価値を最大化

デジタルマーケティング支援領域では、マーケティングDXを推進し、利用者向けに派生コンテンツや派生商材を提供、提携事業者にはコンサルティング支援や業務支援ツールの提供などによって周辺サービスを拡充し、それぞれの事業領域における参入障壁を高め、事業の提供価値を最大化していくことを目指します。長期的には、例えば結婚、引越、転職など人生の様々なステージにおいて何度もご利用いただけるサービスを拡充し、人々の生活をより豊かに、より便利にしていくことを理想としています。また同時に、提携事業者の業務を効率化するシステム開発やDX支援を行いながら、業界全体の発展を促進してまいります。



投資戦略

POINT

- ☑ 認知度向上のための広告戦略
- ☑ 新領域開拓に向けた先行投資
- ☑ 競争力の強化に向けたM&A

引き続き既存サービスの拡大を目指し、市場の繁忙期に合わせて認知度向上のための、マス広告を含めた大規模な広告宣伝費の投下、新規領域開拓などを目的とした新たなサービスの立上げに向けての先行投資があります。さらに、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事業を営む企業を対象に、必要に応じてM&Aなども引き続き行うことも今後も検討してまいります。

業績予想 (FY2021)

売上高	23,000百万円 (前年比:114.5%)
営業利益	2,200百万円 (前年比:116.0%)

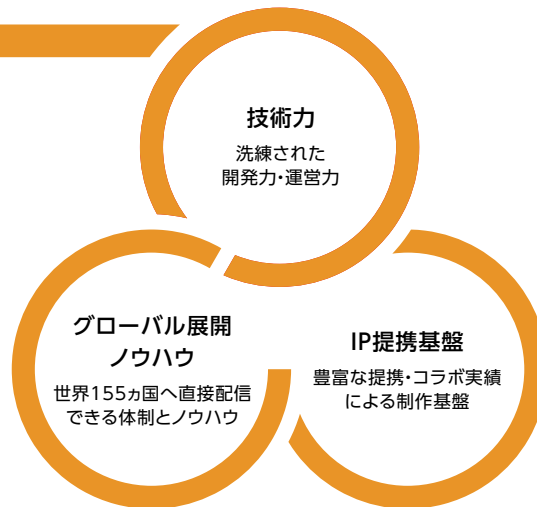
Our Business

エンターテインメント事業



事業の強み

エンターテインメント事業の強みは、開発・運営における洗練された「技術力」、世界155ヵ国へ直接配信できる「グローバル展開体制とノウハウ」、そして豊富な提携・コラボ実績による「IP提携基盤」。



技術力

複数ゲームアプリのグローバル展開実績による高い技術力の認知を有します。

スマートフォンゲームアプリのリッチ化に継続的に取り組み、Wiiウェアなど家庭用ゲーム機のコンテンツ制作経験と実績があります。そして、コンシューマーゲーム制作経験者、マルチデバイス展開に必要な技術力の高いエンジニアが多数在籍しています。さらに、ゲームエンジンの活用により、スムーズにPC・家庭用ゲーム機へ移植可能な環境が整っています。

グローバル展開体制とノウハウ

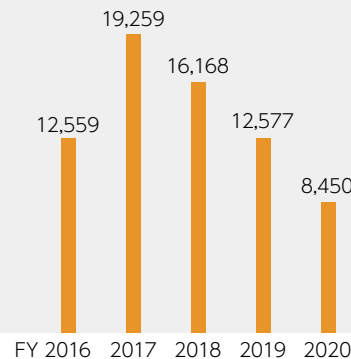
2012年にリリースした「ダークサマナー」を筆頭に、グローバルに直接配信・運営できる体制とノウハウを構築してまいりました。社内でグローバルチームを結成したことで効率よくローカライズ可能な体制、クオリティ管理体制、多言語対応可能なカスタマーサポート体制とコミュニティ運営体制を確立しました。そして、グローバルにプロモーションを実施できる海外メディアとのパートナーシップを推進し、155ヵ国・12言語対応による配信実績とノウハウを築き上げました。

IP提携基盤

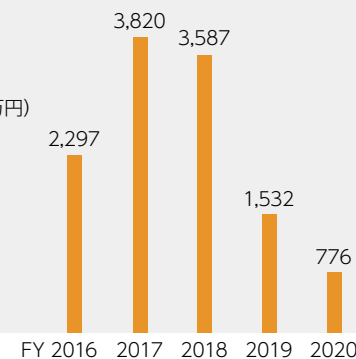
協業・提携・ゲーム内におけるコラボレーションなどを通じて、多くのIPホルダーとリレーションシップを構築してまいりました。

業績の推移

売上高 (百万円)
8,450
(前年比67.2%)



営業利益 (百万円)
776
(前年比50.7%)



収入源

ゲームアプリ自体は基本無料で提供しており、主な売上はユーザーがゲームをより効率よく優位に進めるためのアイテム購入代金であります。

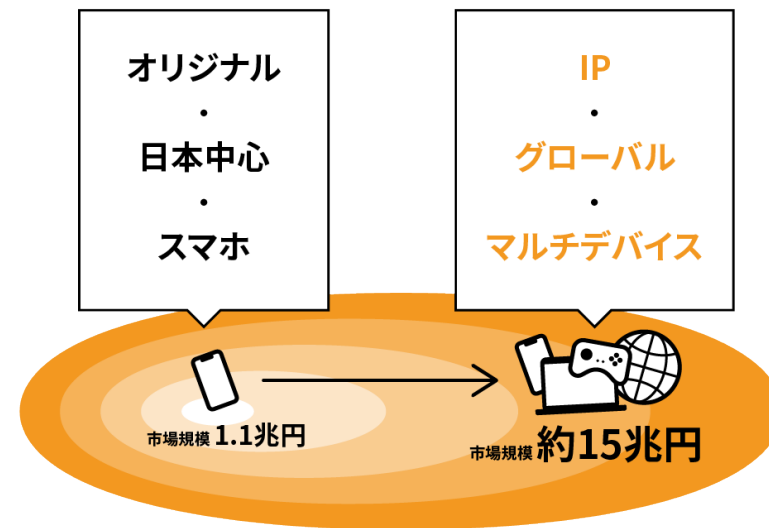
2020年7月期は、引き続き既存ゲームアプリの効率的な運用を進めるも、引き続き減少傾向にあり、前年比で減収となりました。セグメント利益につきましては、開発中の新規大型IPゲームの開発費を先行して計上したことにより、前年比で大幅に減少しました。

エンターテインメント事業

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

これまで、スマートフォン向けの自社オリジナルゲームを開発し、国内を主軸としながら海外展開を積極的に推進してまいりましたが、市場環境の変化等を踏まえ、今後はグローバルで人気のあるIP(知的財産権)と連携し、グローバル展開に舵を切り、スマートフォンのみならず、PCゲームデジタル配信、家庭用ゲームデジタル配信を含むデジタル配信ゲーム市場全般を視野に入れながら、新たなステージへまい進していく方針です。



投資戦略

POINT

- ☑ グローバルでのプロモーション投資
- ☑ ゲーム関連技術の研究投資

新たな成長戦略に伴い、グローバルで人気のIPと連携し、グローバル展開に通用する新規ゲームへの開発投資及びグローバルへのプロモーション投資といった先行投資を今後も実施してまいります。加えて、ゲームタイトルの開発に直接かわらずとも、日進月歩のゲーム関連技術に追従するための技術研究投資なども行ってまいります。

業績予想 (FY2021)

売上高	7,000百万円 (前年比:82.8%)
営業利益	△500百万円 (前年比:-)

EC事業

事業の強み

EC事業の自転車専門通販サイト「cyma -サイマ-」の特徴は、「200種類以上の豊富な品揃え」、「常駐プロ整備士が整備した100%組立自転車」、「店舗同等のあんしんサポート」。



200種類以上の豊富な品揃え

シティサイクル、スポーツバイク、電動自転車など200種類以上の自転車を取り扱う国内最大級の自転車専門通販サイトです。

常駐プロ整備士が整備した100%組立自転車

「cyma -サイマ-」では販売するすべての自転車を自社整備工場で組立・検品を行ってから出荷しています。メーカー直送や海外からの直送ではなく、自社整備士の手を通してお客様にお届けしています。防犯登録も行った上で配送するため、届いてすぐに安心してお乗りいただけます。

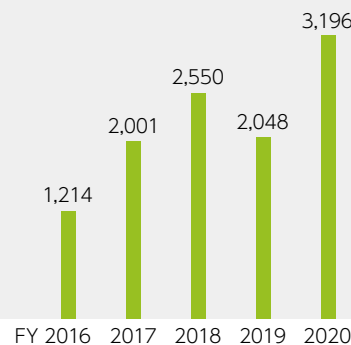
店舗同等のあんしんサポート

「パンク修理」「ブレーキ修理」「チェーン修理」「鍵の解錠」の4つの修理が全国の自転車店で受けられるアフターサービスや、外出先でのパンクなど、自力で走行できなくなってしまった場合にご希望の場所まで搬送するロードサービスも提供しています。

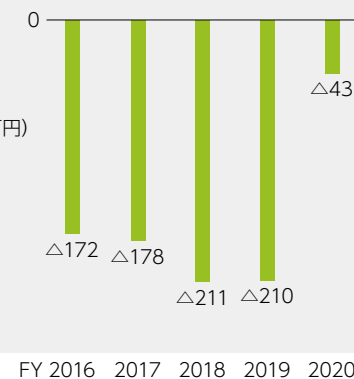
さらに、万が一の事故に備える自転車保険も導入し、安心できるサポートを拡充しています。

業績の推移

売上高 (百万円)
3,196
(前年比156.0%)



営業利益 (百万円)
△43
(前年比-)



収入源

主な売上は自転車の販売によるものであります。

2020年7月期は、オペレーション効率の改善及び品揃え・プライシングの見直し等が功を奏したことに加え、コロナ影響における「三密」を避ける外出手段として自転車の需要が高まったことにより、売上高が前年比で大幅に増加しました。セグメント利益に関しましては、第3四半期連結会計期間以降は四半期で黒字化を実現するなど、収益性が大幅に改善しました。

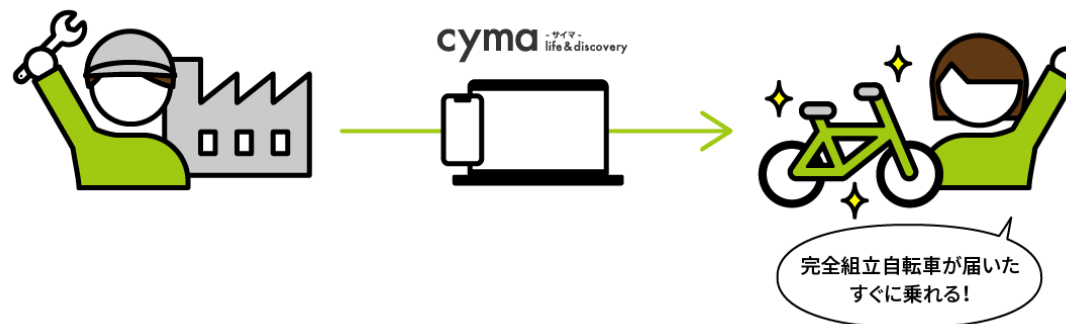
EC事業

成長戦略

フルフィルメントの改善等による 成長の加速

自転車専門通販サイト「cyma -サイマ-」は現在投資段階にあります。より多くの方々により「いい自転車を、もっと手に入れやすく。」すべく、継続的な黒字化を目指してまいります。仕入・販売・物流等フルフィルメントを継続的に改善しつつ、オペレーションの改善及びシステムによる自動化を推進することで、事業の成長を加速させていく方針です。

いい自転車を、もっと手に入れやすく。



投資戦略

POINT

- ✓ 倉庫の拡大やシステム関連の投資
- ✓ ブランド認知向上に向けた広告投資
- ✓ 新規商材の取り扱いに向けた投資

EC事業は引き続き投資段階であり、売上規模に見合う倉庫の拡大やシステム投資を含む安定したサプライチェーンの確保、継続的な利益創出のため、ブランド認知の向上などに向けた投資を実施してまいります。なお、「cyma-サイマ-」で取り扱っている自転車商材だけに留まらず、新規商材への投資も検討してまいります。

業績予想 (FY2021)

売上高	3,500百万円 (前年比:109.5%)
営業利益	0百万円 (前年比:-)

Human Resources Strategy 人材戦略

エイチームでは、経営理念の実現のために最も大切なものは、
“人” = “一緒に働く仲間”
だと考えています。

たとえ、遠く離れていても、
たとえ、違う時間を過ごしていても、
同じものを信じ、同じ価値観でつながっている...

そんな仲間でありたいという想いが、
“Ateam People”に込められています。

“Ateam
People”

Human Resources Strategy

“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いると、
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、明日もつと良いサービスを、
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、利益を生み続けることで、
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、これからたくさんすばらしい価値を提供しつづけて、
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”

Human Resources Strategy 企業文化の醸成

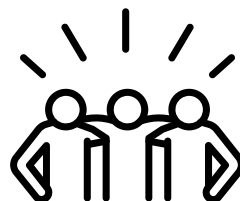
経営理念の実現に向けた、組織文化の醸成・継承

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。グループ会社を含む全社員が参加する「全体ミーティング」を毎週開催し、経営や事業などの情報をオープン化。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。

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。それが相手が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。世の中から必要とされる提供価値を考え、変化を前向きに捉えながら挑戦し続けます。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。

Human Resources Strategy

人材育成の取組み

採用 1

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。



育成 2

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、社内勉強会・共有会を実施。



人材 3

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。



定着 4

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「自己申告制度」「キャリア面談」を定期的実施。



Human Resources Strategy

採用と育成の取組み



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

ビジネス領域の異なる多様な事業を展開しているため、ゲーム・金融・自動車・サービス業など、様々な経歴を持つ人材を採用しています。さらに、企画開発を内製しているため、エンジニアやデザイナーなどの高い専門性を有する人材が多数活躍しています。多様な経歴やキャリアの社員を採用することで、人材の多様性を推進しています。

● 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ヵ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、2020年7月現在において60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。「モチベーション診断」や「マネジメントサーベイ」を定期的実施し、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となり社内研修プログラムを考案。動画視聴や実践を通して、社員のAI基礎力の向上を目指します。

● 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、マス広告CMB(セントラルメディアバイイング)の運用における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。

Human Resources Strategy

人材活性と定着支援の取組み



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。経営陣の議論により異動対象者を検討・決定する「人材育成会議」、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

役割や専門性に応じて8つの職務領域を設定し、キャリア選択の柔軟性を拡大。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。

● 表彰式「Ateam AWARD」

成功・活躍・貢献の事例を共有し、共に学び、今後の取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

● 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、育児休業中の社員を対象とした「育休ランチ」や休業中の「キャリア面談」の実施など、社員の働き方をサポートしています。

● 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「自己申告制度」、国家資格を有するキャリアコンサルタントにも相談できる「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。

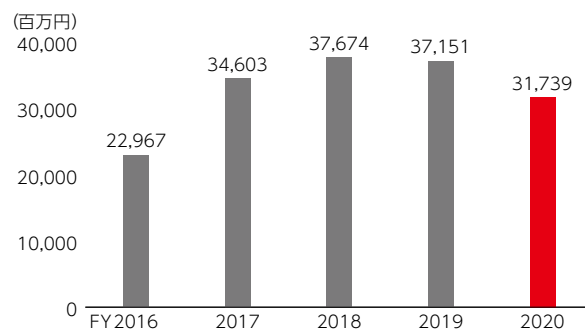
● 社員食堂と社員の創造性を高めるオフィス設計

社員食堂「LaPyuta (ラピュータ)」は、社員の健康を食の面からサポートするほか、社員同士の交流の場としても活用。「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。

Financial Highlight 財務ハイライト

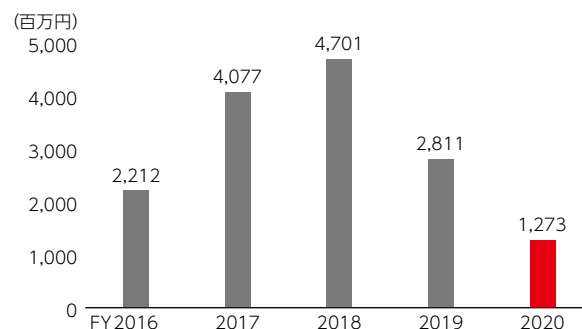
■ 売上高

31,739百万円



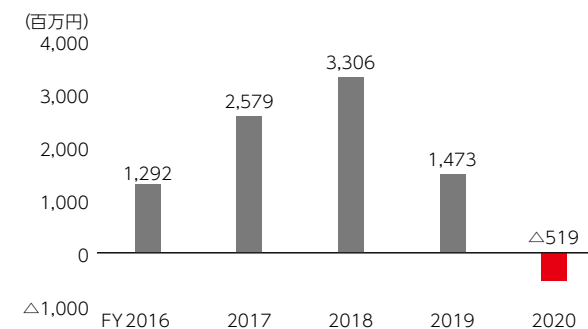
■ 営業利益

1,273百万円



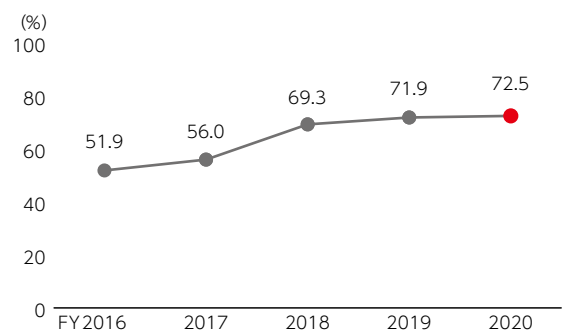
■ 親会社株主に帰属する当期純利益

△519百万円



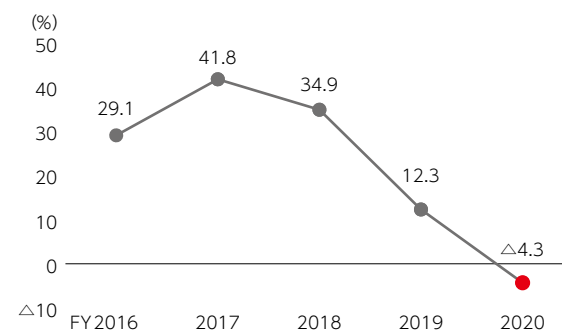
■ 自己資本比率

72.5%



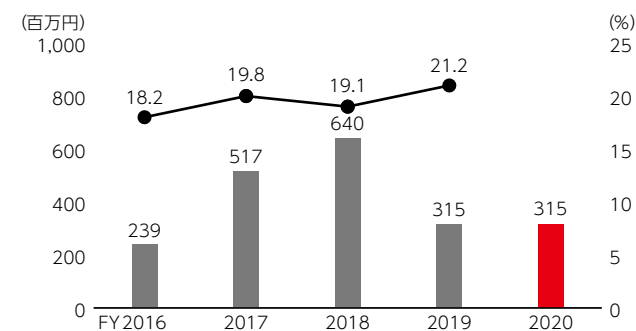
■ ROE

△4.3%



■ 配当総額／配当性向

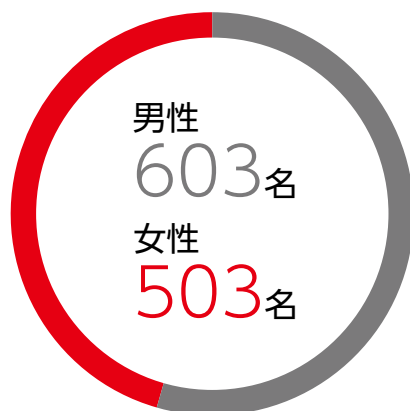
315百万円／－%



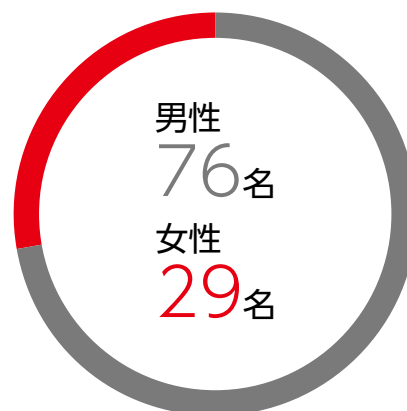
Non-Financial Highlight

非財務ハイライト (2020年7月31日現在)

■ 従業員比率 (男女別)



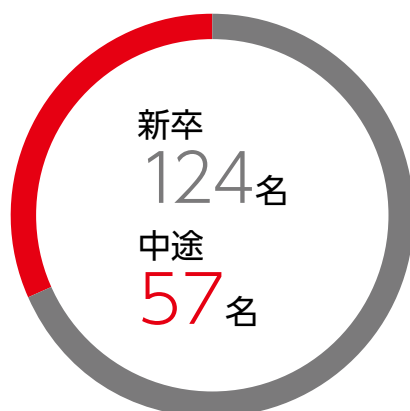
■ 管理職比率 (男女別)



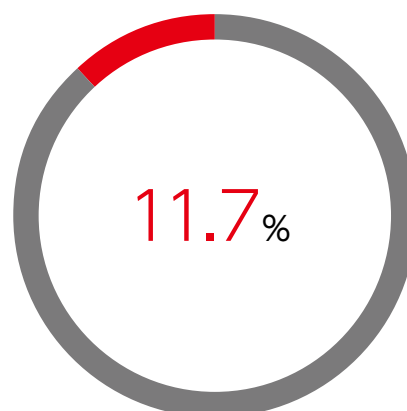
■ 従業員比率 (国内外)



■ 採用人数 (新卒・中途)



■ 離職率



■ 平均勤続年数

3年7ヵ月

■ 平均年齢

30歳8ヵ月

※分母：2020年8月1日時点で在籍している正社員・契約社員（ウルトラグラム雇用社員を除く）
分子：2020年7月31日退職を含めたFY2020通期退職の正社員・契約社員（グループ間での転籍退職は退職数から除く／ウルトラグラム雇用社員を除く／期初でアルバイトであったものが途中で契約社員・正社員登用があり退職した場合は、退職数へ含む。（退職時点での雇用契約で集計判断）

Dialogue with Outside Directors 社外取締役対談



社外取締役
臼井 興胤

代表取締役社長
林 高生

01 社員ファースト
信頼できる仲間と「みんなが幸せになる」
唯一無二の経営哲学を実践

02 型にはまらない
ITサービスは形式じゃない。
消費者目線でサービスを考え新たな価値観を議論する

03 新たなビジネス
トップダウン組織で凝り固まった概念を打破。
そして視野を海外にも広げる

Dialogue with Outside Directors

社外取締役対談



厳しく発言するのは、
組織と社員がより良くなるため。
世代間のギャップは常に
意識しています。

— エイチームとはどんな会社ですか

臼井 私のはじめてエイチームに来た時のことですが、林社長が経営理念に込めた“みんなで幸せになれる会社になりたい”という思いを痛烈に感じました。最近ではステークホルダーの優先順位を定義する会社も出てきました。私のこれまでの企業経営経験の中でも個人を豊かにする会社はありましたが、エイチームのように企業文化として社員をこれほどまで大切にすることは見当たりませんね。オフィス環境の遊び心、経営会議を通じての社員の自由闊達な発言など、会社が若く組織が柔軟であることは強烈な企業文化があるからこそだと思います。

林 私が今の経営理念をまとめたのは2005年ごろ、当時は10名ほどのスタッフで高い業績目標を達成しながら順調に会社が成長していた頃です。苦しい時代を抜けやっと思望の光が見えたある日、社内スタッフによる重大かつ不正な裏切りの行為が発覚しました。この日の夜に心の底から思ったことを書いた一文が現在のエイチームの経営理念「みんなが幸せになれる会社をすること」です。数字目標をトップダウンで立てて頑張ることも重要ですが、社員がお互いの信頼関係、安心感

を持って働くことが大切なのではないかと思って経営に取り組んできました。

— ご自身の役割で大切にしていることを教えてください

臼井 私は昔からその時々場の雰囲気流されることなく、思ったこと全部を口にしてきました。ですからエイチームでも社外取締役として求められる資質を意識することではなく、これまでの経験から良いと思ったことを自由に発言しています。厳しく言う時もあるので、これまでのやり方を否定される幹部社員に対してはかわいそうだと思う時もありますが、こういう性格なのでごめんね、と。

林 私は厳しく言う社外取締役の役割を演じていただいているのだと思っていました、笑。

臼井 空気を読まないで、笑。

自分の空気にするように60年サバイバルしてきたので、思ったことは言います。それは意識することではなく、DNAとしてあるかもしれません。自由にやらせてもらっています。

林 臼井さんに就任していただくまで、コー

形骸化された議論をしないのが企業文化。
みんなでより一層幸せになるために、
厳しいご意見をお願いします。



Dialogue with Outside Directors 社外取締役対談

事業責任者間で消費者目線を意識した議論が増え、
思い描く方向に事業が進んでいます。



ポレートガバナンス・コードが求める社外取締役の人数をエイチームは満たしていないことは知っていましたが、取締役会、経営会議を形骸化したくないので社外取締役にふさわしい方と出会えるまでは空席としてきました。臼井さんには私から就任依頼の手紙を書いたのですが、改めてお話を聞いてまさに適任な方だと思っています。厳しいご意見をいただいても、社内の事業責任者が臼井さんを説得できるくらいの気持ちと理由がないと事業判断を間違えているのではないかと、本当にやる意味があるのかと私は考えています。エイチームは直接消費者と触れる機会が少ないので、事業の目線がお客様ではなくサービスを提供する事業会社目線になってしまうリス

クを抱えています。特にライフスタイルサポート事業には臼井さんから事業戦略が消費者を意識しているのか、という意見を多くいただきます。その結果、社内の事業責任者の間でも消費者目線での議論が増えており、それがなければ、ただの「お金儲けの猛者」で悪い方向に向かっていったのかもしれない。私が思い描く方向に事業がしっかりと向かっている実感があります。

臼井 エイチームのビジネスはもっと稼げる分野だと思っています。さらに言えば、単に右から左に情報や物を流すのではなく、利益率も高くしないとビジネスとしてはクオリティが低い。例えば、EC事業について、事業責任者になんでこんな商売をやるのか!? やる意味あるのか、と直で言いました。それに対してその事業責任者から直近の経営会議で、「利益率 10%にできる」という言葉が出てきたのはすごいなと思いました。人材、組織が進化しているなと感じています。

林 事業責任者も臼井さんから指摘を受けそうな部分をしっかりと事前にシミュレーションしてから経営会議に臨んでいると思います。利益率というお話をしていただきましたが、私も会社として営業利益率 20%はあるべきだと思います。エイチームのサービスを利用したお客様がリピーターとなり、かつ他の人にも紹介したくなるような顧客満足度の高いサービスがもっとないといけないのではないかと考えています。冒頭に社員の多様性、ボトムアップを経営では重視すると言いました

Dialogue with Outside Directors

社外取締役対談



が、今は社員の意識が既存サービスの在り方を考えるだけで硬直しているように見えます。臼井さんの助言を生かして、社長直下の組織をつくり利益率の向上と顧客満足度の高い新しいサービスの創造に挑戦したいと思います。

——これからの事業展開についてお考えをお聞かせください

臼井 社外取締役としてとても難しいテーマです。私の世代では当然だった会社と仕事で最重要視する人生の価値観が、エイチームの若い人材と組織に対して全部役立つのか、ギャップを意識しています。若い世代は一生

懸命自分が生まれてきた意味や会社で働く意味、こういうのをしっかりと考えている。このような新しい価値観と私の世代の価値観を合わせることが、これからの時代を生き抜く力の源泉になるのではないのでしょうか。若い人たちは過去を生きた私たちの進化系だから、新たな時代にもっとうまく生きていく力を持っていると思います。

林 エイチームのサービスのお客様である法人やユーザーの心理を理解するには経験が必要ですね。若い社員には、今日、明日といった目先の売り上げだけを意識するような働き方から変わってほしい。引越し、自転

車等、新規事業者が簡単に参入できないビジネス領域を構築できたが、これからは自分たちで強みを強化し、サービスを改善しないといけないと思います。

——対処すべき課題について教えてください

臼井 どんな会社でも、対処すべき課題はあります。それは言い換えれば今後の伸びしろでもありますよね。ネットビジネスだから当然この先は海外も狙っていく、でもそのためのグローバル人材が育っているのか見えないのが課題ですね。人材なんかはグローバルでどんどん獲得すべきだと思います。言葉だけ

ではなくて、欧米なら欧米の人たちとビジネス上で交渉していける人材を育てていかなければならない。そこは新しい伸びしろの部分かなと思います。あとは林社長、オーナー経営者に対して社内の忖度が働くこと。いくつかのオーナー会社を見てきましたが、林社長自身は気づいていないと思いますが、オーナーに対する忖度は絶対にある。それは林社長には分からないと思います。でもそれは何をどうしたらよくなるとかではなく、分からないものだと思います、きっと、笑。ここをうまく見極めるアドバイスをすることも私の役割かもしれません。トップダウンの組織の話がありましたが、とても良いことだと思います。林社長が先頭に立ち新たな事業を牽引し、そこで強化された人たちが次にボトムアップで意見を言い組織が強化されるという良い循環が生まれるのではないのでしょうか。

林 グローバルでの事業展開は課題ですね。エイチームにも海外スタッフはいるのですが、彼らからもっと海外市場を見るべきだという声があります。これまで海外市場の勉強会を行っていたのですが、最近は国内の課題に目が向いてしまい海外市場研究ができていないですね。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は将来海外市場に出たいと考えています。

忖度については、おそらくそうなんだろうと思います、笑。これからもご意見を是非お願いいたします。

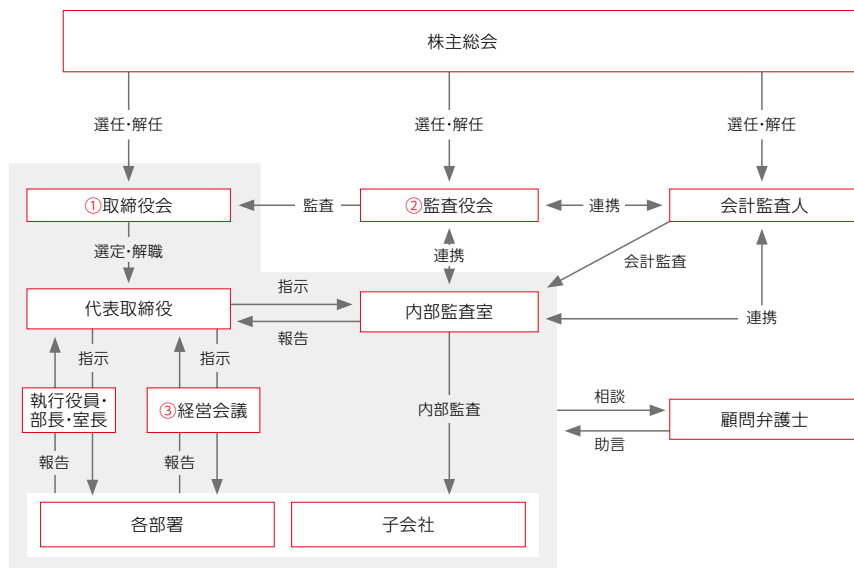
Corporate Governance
コーポレートガバナンス

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事」「今から100年続く会社にする事」を経営理念に掲げ、企業価値の向上に取り組んでおり、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付けております。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

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、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、監査役から適宜意見及び指摘を受けております。

② 監査役会

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。

③ 経営会議

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。

Corporate Governance

コーポレートガバナンス

取締役・監査役

取締役



林 高生

代表取締役社長

在任期間
20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
10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
2年

取締役会出席状況
14/14回(100%)



臼井 興胤

社外独立取締役

在任期間
1年

取締役会出席状況
10/10回(100%)



加藤 淳也

社外独立取締役

在任期間
5年

取締役会出席状況
14/14回(100%)

監査役



有藤 速利

常勤監査役

在任期間
7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

社外独立監査役

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%)



田嶋 好博

社外監査役

在任期間
12年

取締役会出席状況
14/14回(100%)

監査役会出席状況
13/14回(93%)

取締役会の実効性評価

実効性評価

評価の方法

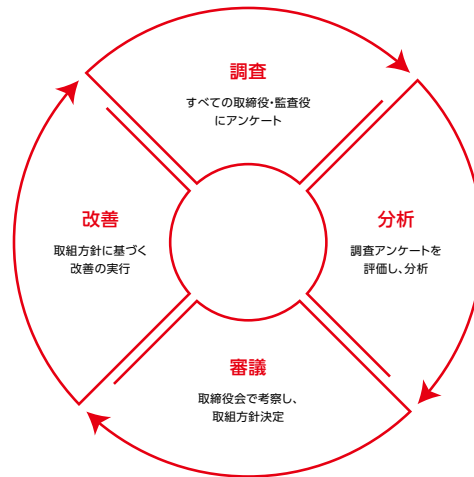
社外を含む全ての取締役及び監査役に対し、評価の主旨等を説明の上、取締役会事務局が作成した取締役会実効性評価アンケートに基づき、自己評価を実施しました。概要及び評価は、以下のとおりです。

実施方法

- ①調査方法:アンケート(記名方式)
- ②実施日:2020年7月21日
- ③評価尺度:5段階
(1:全く適切でない～5:十分適切である)

評価項目

- ①取締役会の役割
- ②取締役会の内容・議案
- ③取締役会の構成
- ④取締役会の運営
- 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当社取締役会は、多様な見識・経験を有する取締役により構成され、効率的な審議・決議及び重要な業務執行の監督についての役割・責務を適切に果たしています。
- ②社外役員に対する議案の参考資料の事前共有、定期的な情報交換の場を設ける等、取締役会の実効性を高めるための取組みが十分になされています。
- ③取締役が参加する経営合宿にて中長期的な視点での活発な議論がなされていますが、取締役会でのさらなる議論の深耕や進捗状況についてのモニタリング・検証が期待されています。
- ④取締役の基本報酬は、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会にて決議していましたが、報酬を決定するに当たっての方針と手続において、さらなる透明性・公正性を確保することが必要だと認識しています。

実効性向上に向けた取組み

今回の実効性評価の結果を受け、取締役の報酬決定プロセスの透明性を向上させるために、取締役の基本報酬の決定は、代表取締役に一任するのではなく、代表取締役が各取締役の役割や貢献度及び業績等を勘案し、独立社外取締役及び監査役に諮問を行い助言を受け、株主総会決議による限度額の範囲内において、取締役会で決議する体制に変更いたします。また、取締役会及び各取締役・監査役の役割をより一層明確化することで、中長期的な視点での議論の強化を図り、取締役会のさらなる実効性の向上に努めてまいります。

Corporate Governance コーポレートガバナンス

役員報酬等

役員の報酬等

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。

そのため、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。基本報酬は、各役員の職責及び決算期ごとの業績を総合的に反映するものであり、業績連動報酬は、業績や予算達成に基づき決定されるものです。

そして、役員個人ごとの報酬額は、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会にて決議しております。当事業年度については、2019年10月25日開催の取締役会にて決議しております。

なお、当社の業績連動報酬は、「BIP信託」を導入しております。BIP信託を通じた株式の支給有無及び支給株式数は、グループ全体の予算達成度合いに応じて決定しております。決定に際して参考とする指標は、当社の業績を適切に反映できるものを選択しております。最近事業年度における主要な業績指標の状況は、2020年7月期有価証券報告書「第1 企業の状況 1 主要な経営指標等の推移 (1)連結経営指標等」をご参照ください。ただし、業務執行から独立した立場である社外取締役、監査役の報酬は「基本報酬」のみで構成しております。

コンプライアンス・リスクマネジメント

当社では、会社法及び会社法施行規則に基づき、以下のとおり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。

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。

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)
		固定報酬	業績連動報酬	退職慰労金	
取締役 (社外取締役を除く)	163	163	-	-	4
監査役 (社外監査役を除く)	12	12	-	-	1
社外役員 (社外取締役 及び社外監査役)	15	15	-	-	4

- (注) 1. 基本報酬は、毎年10月の役員選任時に年俸を決定し毎月12分の1の額を支給することから、「固定報酬」として支給総額を開示しております。
 2. 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3億円以内とする旨、決議しております。
 3. 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300万円以内とする旨、決議しております。
 4. 当事業年度末の取締役の人数は6名(うち社外取締役2名)、監査役の人数は3名(うち社外監査役2名)であります。

財務 P O I N T

1 総資産現預金比率

40.3%

総資産に対して現預金比率が高く、高い安全性を維持することができております。事業や市場の状況を鑑みて、投資と安全性のバランスを取った手元資金の運用を実施してまいります。

2 自己資本比率

72.5%

借入金の全額返済により、FY2019 第 2 四半期以降、有利子負債がない状態が継続しており、自己資本比率も高い水準を維持することができております。

3 のれん

FY2019 978百万円

FY2020 0百万円

コロナ影響による収益減等により、2017 年 12 月に株式を取得し完全子会社化した Increments 株式会社に係るのれん、商標権の減損損失計 999 百万円を FY2020 第 3 四半期に計上いたしました。

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2018年8月1日 至 2019年7月31日)	当連結会計年度 (自 2019年8月1日 至 2020年7月31日)
売上高	37,151	31,739
売上原価	7,518	7,654
売上総利益	29,632	24,084
販売費及び一般管理費	26,820	22,811
営業利益	2,811	1,273
営業外収益		
受取利息	1	0
受取手数料	22	20
助成金収入	11	8
その他	7	8
営業外収益合計	42	37
営業外費用		
支払利息	0	0
投資事業組合運用損	16	2
為替差損	19	16
支払手数料	7	-
新型コロナウイルス感染症による損失	-	35
その他	1	6
営業外費用合計	45	62
経常利益	2,809	1,249
特別利益		
投資有価証券売却益	-	5
特別利益合計	-	5
特別損失		
減損損失	300	1,253
投資有価証券評価損	155	-
特別損失合計	455	1,253
税金等調整前当期純利益	2,354	0
法人税、住民税及び事業税	972	705
法人税等還付税額	-	△ 122
法人税等調整額	△ 91	△ 62
法人税等合計	880	520
当期純利益又は当期純損失 (△)	1,473	△ 519
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失 (△)	1,473	△ 519

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2019年7月31日)	当連結会計年度 (2020年7月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	6,713	6,480
受取手形及び売掛金	3,503	2,841
商品	332	326
貯蔵品	27	22
その他	997	1,464
貸倒引当金	△ 31	△ 4
流動資産合計	11,543	11,130
固定資産		
有形固定資産		
建物	1,844	1,760
減価償却累計額	△ 520	△ 649
建物 (純額)	1,323	1,110
工具、器具及び備品	771	754
減価償却累計額	△ 386	△ 500
工具、器具及び備品 (純額)	385	254
その他 (純額)	2	19
有形固定資産合計	1,711	1,384
無形固定資産		
のれん	978	-
ソフトウェア	398	273
ソフトウェア仮勘定	13	203
その他	131	-
無形固定資産合計	1,522	477
投資その他の資産		
投資有価証券	1,232	1,763
繰延税金資産	444	479
敷金及び保証金	795	819
その他	32	18
貸倒引当金	△ 10	△ 10
投資その他の資産合計	2,495	3,070
固定資産合計	5,729	4,932
資産合計	17,273	16,063

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2019年7月31日)	当連結会計年度 (2020年7月31日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	285	454
未払金	2,380	2,240
未払法人税等	472	384
販売促進引当金	189	146
株式給付引当金	40	38
その他	661	583
流動負債合計	4,031	3,847
固定負債		
繰延税金負債	40	-
資産除去債務	488	492
その他	201	1
固定負債合計	730	493
負債合計	4,761	4,340
純資産の部		
株主資本		
資本金	836	837
資本剰余金	830	831
利益剰余金	11,223	10,391
自己株式	△ 438	△ 397
株主資本合計	12,452	11,663
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	△ 26	△ 26
為替換算調整勘定	△ 0	3
その他の包括利益累計額合計	△ 26	△ 23
新株予約権	85	82
純資産合計	12,511	11,722
負債純資産合計	17,273	16,063

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2018年8月1日 至 2019年7月31日)	当連結会計年度 (自 2019年8月1日 至 2020年7月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	2,354	0
減価償却費	620	475
減損損失	300	1,253
のれん償却額	130	97
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	22	△ 26
販売促進引当金の増減額 (△は減少)	199	△ 43
株式給付引当金の増減額 (△は減少)	△ 3	△ 2
受取利息	△ 1	△ 0
支払利息	0	0
為替差損益 (△は益)	3	1
投資有価証券売却損益 (△は益)	-	△ 5
投資有価証券評価損益 (△は益)	155	-
投資事業組合運用損益 (△は益)	16	2
助成金収入	△ 9	△ 8
売上債権の増減額 (△は増加)	624	662
たな卸資産の増減額 (△は増加)	319	11
仕入債務の増減額 (△は減少)	△ 123	171
未払金の増減額 (△は減少)	4	△ 113
預り保証金の増減額 (△は減少)	-	△ 200
その他	124	△ 223
小計	4,737	2,053
利息の受取額	1	0
利息の支払額	△ 0	△ 0
法人税等の支払額	△ 1,429	△ 952
助成金の受取額	9	8
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,318	1,108

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2018年8月1日 至 2019年7月31日)	当連結会計年度 (自 2019年8月1日 至 2020年7月31日)
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△ 308	△ 145
無形固定資産の取得による支出	△ 270	△ 310
投資有価証券の売却による収入	-	5
投資有価証券の取得による支出	△ 1,100	△ 628
敷金及び保証金の差入による支出	△ 132	△ 41
敷金及び保証金の回収による収入	34	8
その他	11	81
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,766	△ 1,030
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金純増減額 (△は減少)	△ 100	-
長期借入金の返済による支出	△ 86	-
株式の発行による収入	1	2
自己新株予約権の取得による支出	-	△ 3
配当金の支払額	△ 632	△ 313
その他	-	△ 0
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 816	△ 313
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 6	2
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	729	△ 233
現金及び現金同等物の期首残高	5,984	6,713
現金及び現金同等物の期末残高	6,713	6,480

連結株主資本等変動計算書

(単位：百万円)

前連結会計年度（自 2018年8月1日 至 2019年7月31日）

	株主資本				株主資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	
当期首残高	835	829	10,383	△ 481	11,566
当期変動額					
新株の発行	0	0			1
剰余金の配当			△ 633		△ 633
親会社株主に帰属する 当期純利益			1,473		1,473
自己株式の取得					
自己株式の処分				43	43
株主資本以外の項目の 当期変動額（純額）					
当期変動額合計	0	0	840	43	885
当期末残高	836	830	11,223	△ 438	12,452

	その他の包括利益累計額			新株予約権	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	その他の包括 利益累計額合計		
当期首残高	-	2	2	85	11,655
当期変動額					
新株の発行					1
剰余金の配当					△ 633
親会社株主に帰属する 当期純利益					1,473
自己株式の取得					
自己株式の処分					43
株主資本以外の項目の 当期変動額（純額）	△ 26	△ 2	△ 29	-	△ 29
当期変動額合計	△ 26	△ 2	△ 29	-	856
当期末残高	△ 26	△ 0	△ 26	85	12,511

(単位：百万円)

当連結会計年度（自 2019年8月1日 至 2020年7月31日）

	株主資本				株主資本合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	
当期首残高	836	830	11,223	△ 438	12,452
当期変動額					
新株の発行	1	1			2
剰余金の配当			△ 312		△ 312
親会社株主に帰属する 当期純損失（△）			△ 519		△ 519
自己株式の取得				△ 0	△ 0
自己株式の処分				40	40
株主資本以外の項目の 当期変動額（純額）					
当期変動額合計	1	1	△ 832	40	△ 789
当期末残高	837	831	10,391	△ 397	11,663

	その他の包括利益累計額			新株予約権	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	その他の包括 利益累計額合計		
当期首残高	△ 26	△ 0	△ 26	85	12,511
当期変動額					
新株の発行					2
剰余金の配当					△ 312
親会社株主に帰属する 当期純損失（△）					△ 519
自己株式の取得					△ 0
自己株式の処分					40
株主資本以外の項目の 当期変動額（純額）	△ 0	3	2	△ 3	△ 0
当期変動額合計	△ 0	3	2	△ 3	△ 789
当期末残高	△ 26	3	△ 23	82	11,722

株式の情報 (2020年7月31日現在)

株式の状況

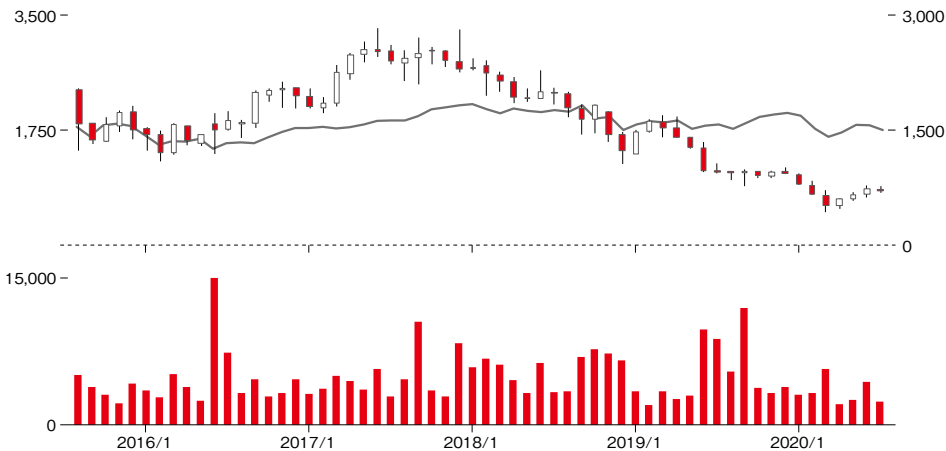
証券コード	3662
発行可能株式総数	32,100,000 株
発行済株式の総数	19,783,200 株
株主数	8,330 名

上位10名の株主

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
株式会社林家族	5,600,000	28.3
エイチーム従業員持株会	831,700	4.2
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	781,800	3.9
林 高生	706,000	3.5
牧野 隆広	585,000	2.9
株式会社日本カストディ銀行 (信託口5)	277,700	1.4
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	246,100	1.2
中内 之公	223,400	1.1
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	205,615	1.0
SMBC 日興証券株式会社	190,200	0.9

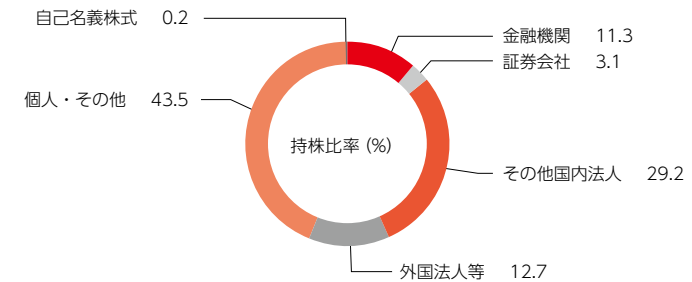
持株比率は自己株式 (35,588 株) を控除した上で、小数第2位まで算出し、その小数第2位以下を切り捨てて表記しております。

株価・出来高 (上段左軸：株価 (円) 上段右軸：TOPIX (ポイント) 下段：出来高 (千株))



所有者別株式の状況

所有者	持株数 (株)
金融機関	2,241,800
証券会社	610,695
その他国内法人	5,771,335
外国法人等	2,518,632
個人・その他	8,605,150
自己名義株式	35,588



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

株主総利回り (TSR) *

会計年度	2017年7月期	2018年7月期	2019年7月期	2020年7月期
株主総利回り (%)	118.5	99.7	49.8	38.6
比較指標：配当込み TOPIX (%)	101.8	112.6	102.9	100.9

※ TSR (Total Shareholder Return)：キャピタルゲインと配当を合わせた、総合投資利回りを表します。

※ 2020年7月期末の終値で投資した場合の、2017年7月期以降の期末時点の値です。

会社情報 (2020年7月31日現在)

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	837 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/熊澤 博之/間瀬 文雄
社外取締役	臼井 興胤/加藤 淳也
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	大崎 恵理子 / Brady Mehagan / 光岡 昭典 / 山根 裕美子 / 林 和樹 / 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
グループ会社	株式会社エイチームプライズ 株式会社エイチーム引越し侍 株式会社エイチームライフスタイル 株式会社エイチームコネクト Ateam Vietnam Co., Ltd. Increments 株式会社 株式会社エイチームフィナジー
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 1,106 名 (アルバイトを除く)

ホームページのご案内



■ トップページ

<https://www.a-tm.co.jp/>



■ 株主・投資家情報

<https://www.a-tm.co.jp/ir/>

ご案内

投資家の皆さまとの コミュニケーションについて

当社では、投資家の皆さまにとって重要な情報をタイムリーにお届けするとともに、より深いコミュニケーションを行うために、「IR ニュースメール」の配信を行うとともに、公式 Facebook も開設しております。下記をクリックしていただくか、当社 IR サイトよりご登録いただけますので、是非ご利用ください。



IR ニュースメール 配信登録はこちら



公式 Facebook