

2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

2026年8月12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. エグゼクティブサマリー
 2. 2027年3月期 第1四半期 決算概要
 3. 構造改革の取り組み
 4. 2027年3月期 業績予想と配当予想
 5. 中期経営計画
- APPENDIX（財政情報/市場環境/事業説明）

1. エグゼクティブサマリー

- 売上は前年比減も、構造改革前半の取り組みが進み**大幅増益を達成**
- 構造改革後半の売上成長に向けた取り組みを着実に実行中

26/3期_1Q→27/3期_1Q

売上収益
93.7→90.4億円
(前年同期比△3.5%)

- **売上は前年比△3.5%減、構造改革により赤字販売が減少**
 - ハルメク物販は広告投資の適正化による顧客数の減少により減収（△3.1億円）
 - ことせ物販は前年度まで新規顧客獲得のための広告投資を抑制したことにより、カタログ送付先が減少し減収（△1.8億円）
 - コミュニティはヴォーグ学園の買収もあり増収（+1.4億円）

営業利益
6.3→7.9億円
(前年同期比+25.0%)

- **営業利益は構造改革が進み前年比大幅増**
 - ハルメクの情報コンテンツ及び物販の構造改革*による収益性改善で利益増（+1.5億円）

26/3期_1Q末→27/3期_1Q末

顧客数
136→124万人
(前年同期比△9.0%)

- **顧客数は前年比減**
 - ハルメク事業は読者数の減少と構造改革による広告投資の適正化により新規顧客が減少し、前期比△8.9万人
 - ことせ事業は前年度までの広告投資抑制で前期比△3.2万人減少

* 構造改革の取り組みについては、P14以降をご参照ください

2. 2027年3月期 第1四半期 決算概要

業績ハイライト（連結損益計算書）

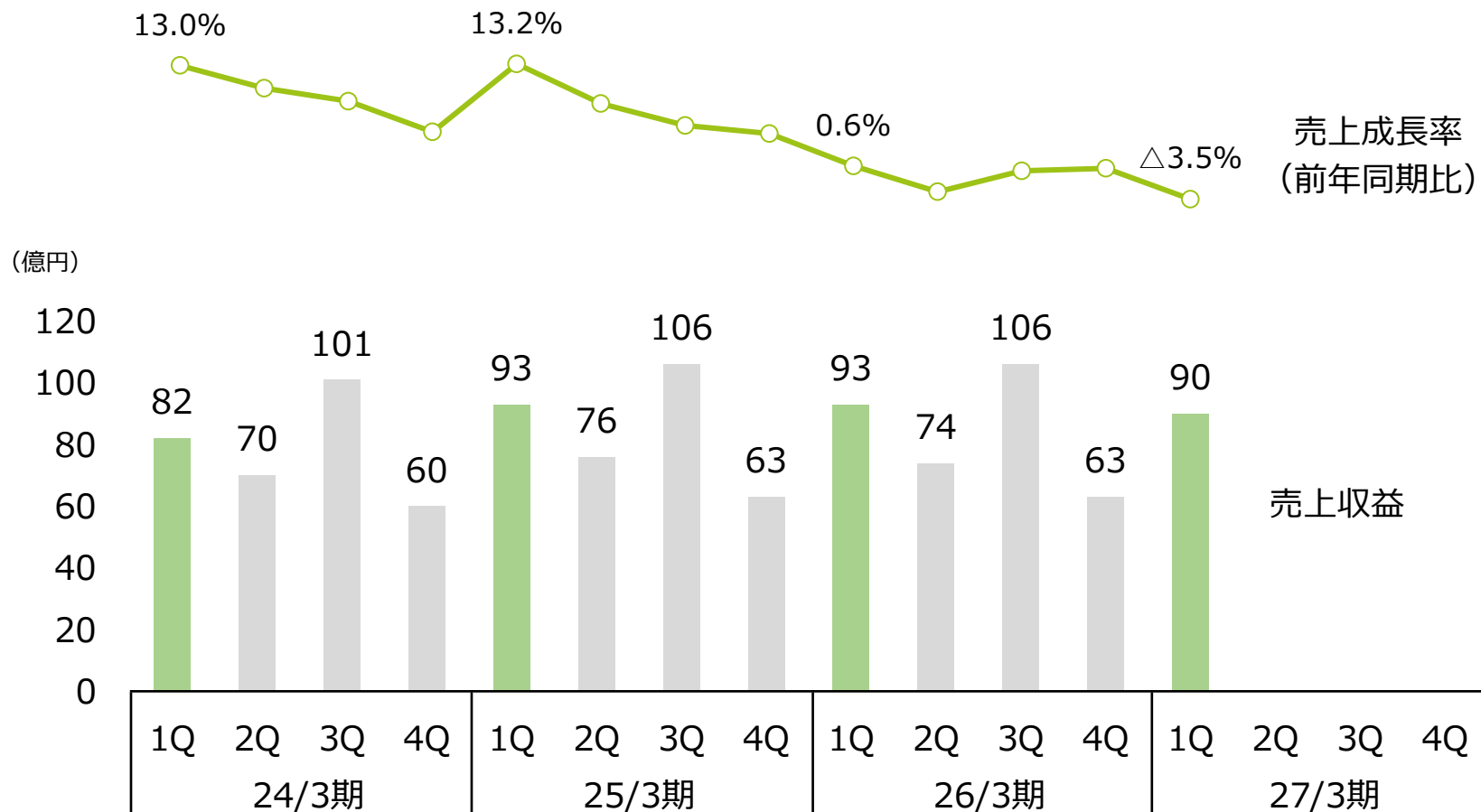
- 売上は前年比3.5%減
- 営業利益は25%の大幅増益で上期業績予想を上回る。構造改革による収益性改善が進む

(IFRS基準)	26/3期 1Q	27/3期 1Q	前期比	
			増減額	増減率
売上収益	9,378	9,045	△332	△3.5%
営業利益	632	790	+158	+25.0%
税引前利益	619	777	+157	+25.4%
四半期利益	405	500	+95	+23.5%

単位：百万円

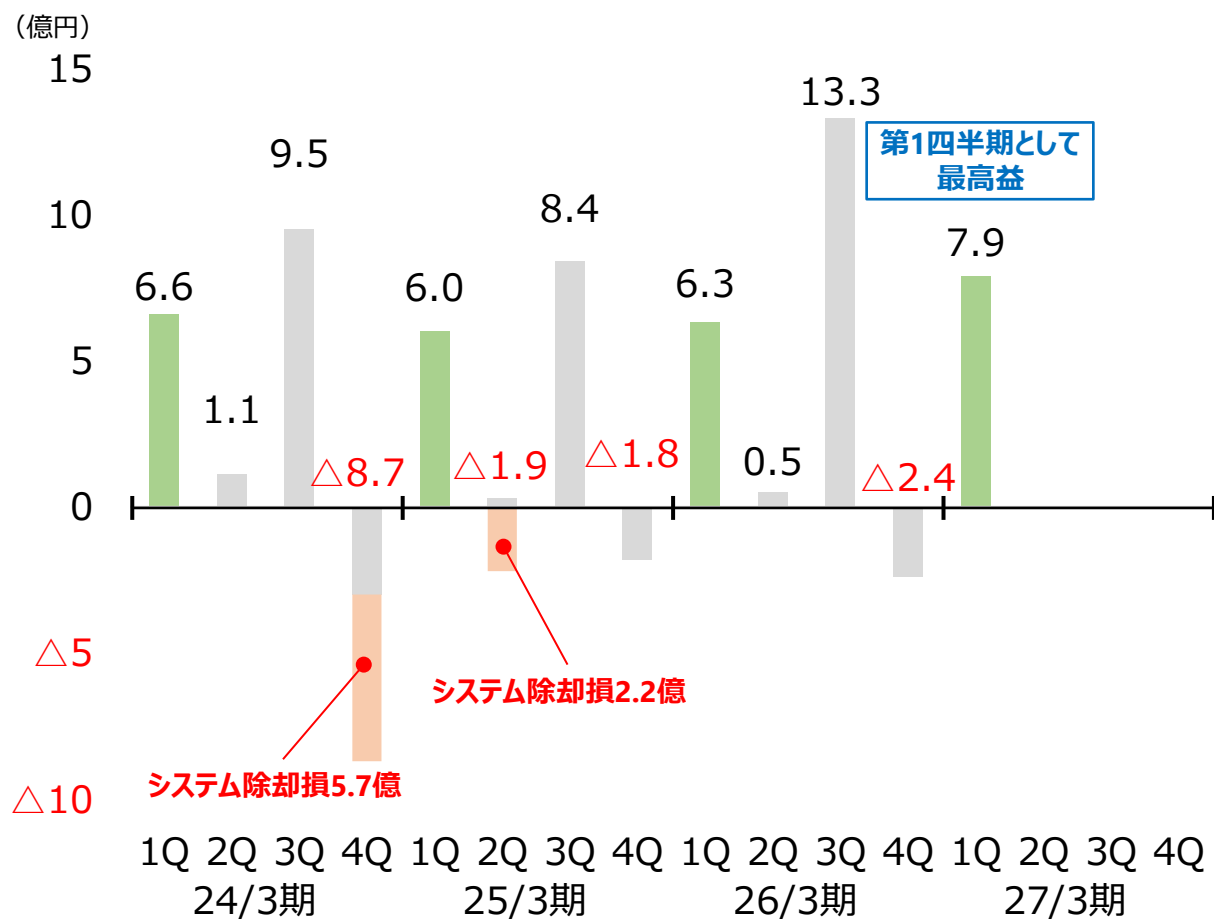
四半期別業績推移（売上収益）

- 構造改革の取り組みにより、今期後半に売上成長効果が出てくる見込み



四半期別業績推移（営業利益）

- 第1四半期は、構造改革による広告効率と原価率の改善が進み増益で過去最高益
- 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



2027年3月期 第1四半期 営業利益の分析（事業別）

- 情報コンテンツ事業は、広告投資の適正化により**利益増**
- ハルメク物販は、構造改革が進み、広告効率及び原価率が改善し**利益増**
- ことせ物販は、完売率改善もカタログ配布先減により売上が減少したことで**利益減**
- コミュニティは、ヴォーグ学園のM&Aもあり**利益増**
- 法人事業は、新しいデジタルサービス等で新規クライアントの開拓が順調に進む
- 先行投資事業は、投資継続により利益は横ばい



事業別業績

(日本基準)		26/3期 1Q	27/3期 1Q	前期比	
				増減額	増減率
グループ連結	売上	9,467	9,110	△356	△3.8%
	EBITDA	805	984	+179	+22.3%
	(マージン)	8.5%	10.8%	—	—
	基盤事業	売上	9,159	△415	△4.5%
		EBITDA	757	+149	+19.7%
		(マージン)	8.3%	—	—
	法人事業	売上	329	+34	+10.4%
		EBITDA	37	△5	△15.8%
		(マージン)	11.5%	—	—
	先行投資事業	売上	45	+15	+33.3%
		EBITDA	△38	+4	—
	調整額	売上	△66	+9	—
		EBITDA	48	+31	—

単位：百万円

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、6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 2027年3月期より基盤事業の区分にコミュニティ事業を追加したこと等に伴い、2026年3月期の実績を遡及修正しています

*3 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」「コミュニティ」

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（プレシニア向け物販含む）、サービス（ジム）、中国事業準備、インフルエンサー事業

(日本基準)		26/3期 1Q	27/3期 1Q	前期比	
				増減額	増減率
基盤事業	売上	9,159	8,743	△415	△4.5%
	EBITDA	757	907	+149	+19.7%
	(マージン)	8.3%	10.4%	—	—
	情報	938	879	△58	△6.3%
	コンテンツ	227	272	+45	+19.8%
	(マージン)	24.3%	31.0%	—	—
	ハルメク	5,983	5,665	△317	△5.3%
	物販	567	675	+108	+19.1%
	(マージン)	9.5%	11.9%	—	—
	ことせ物販	2,060	1,879	△180	△8.7%
	EBITDA	△27	△44	△17	—
	(マージン)	—	—	—	—
	コミュニティ	178	319	+141	+79.1%
	EBITDA	△9	4	+13	—
	(マージン)	—	1.3%	—	—

単位：百万円

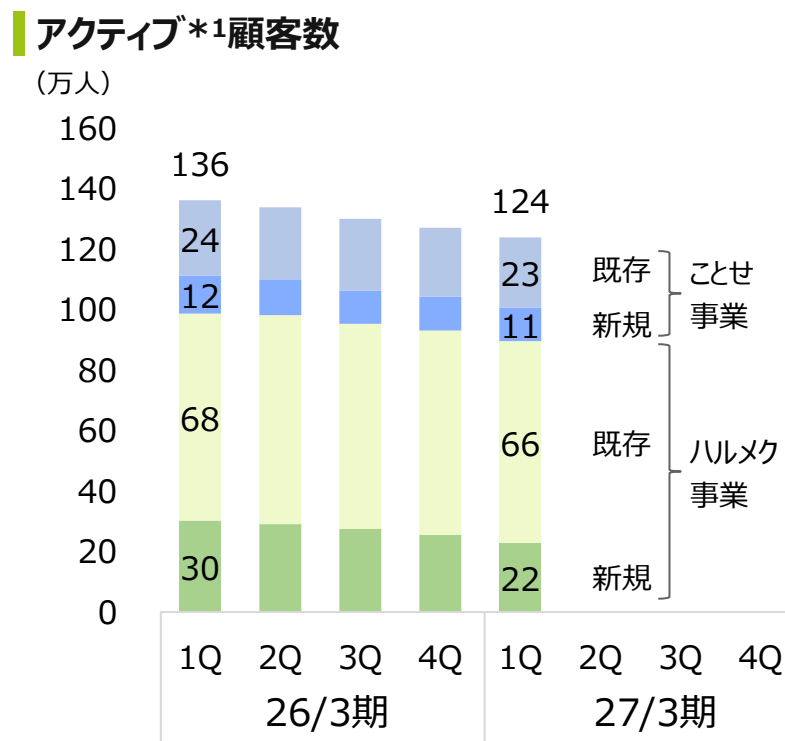
*1 本ページで記載する業績は全て日本基準。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

*2 2027年3月期より基盤事業の区分にコミュニティ事業を追加したことに伴い、2026年3月期の実績を遡及修正しています

*3 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」「コミュニティ」

KPI推移（アクティブ顧客数）

- アクティブ顧客総数は前年比減
- ハルメク事業は読者数の減少及び構造改革による広告投資の適正化と抑制により新規顧客が減少
- ことせ事業は収益改善のために広告投資を絞った影響で、アクティブ顧客数が減少



*1 12ヶ月以内に当社サービスを利用した顧客数

3. 構造改革の取り組み

情報コンテンツ事業



- 新規読者獲得マーケティング手法を進化させる
- プレシニア向け情報コンテンツ「HALMEK up」を、27/3期から従来のサブスクモデルから物販・広告モデルに転換

物販事業



- 総合通販型から専門物販型へ移行して魅力を高め、成長力を回復する
- 新店舗展開を継続し、新規客獲得とファン化を促進する
- 継続購入を促すCRM施策を強化し、顧客体験の価値向上を図る
- ことせは業績改善に向けた抜本的な構造改革を行う

コミュニティ事業



- 高付加価値・高価格帯のプレミアムイベントを強化する
- コト消費や体験に関わる事業を拡大する
 - 手芸・クラフト分野のカルチャースクールを運営するヴォーグ学園がグループイン

法人事業



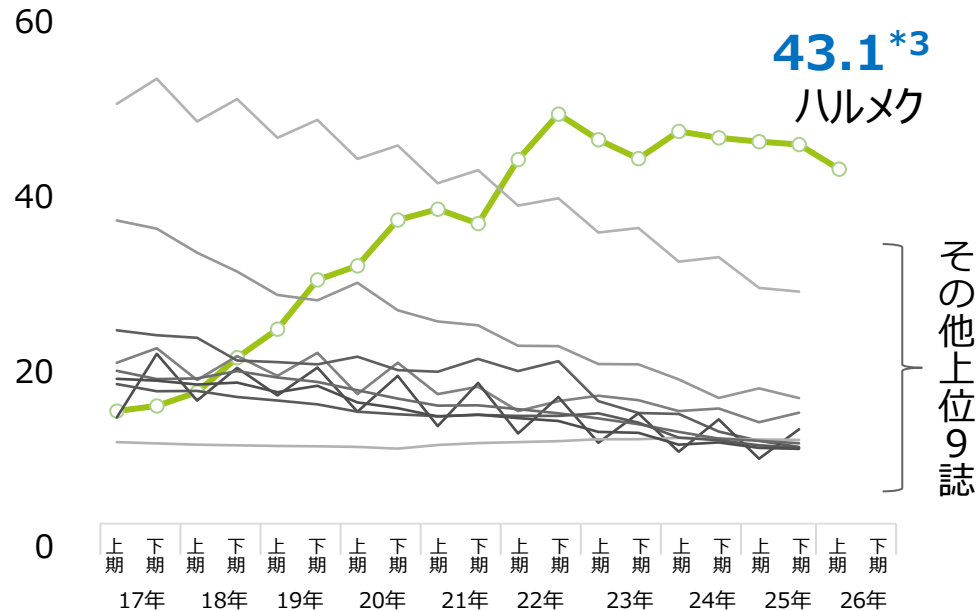
- シニア向けマーケティングのデジタル化トレンドを捉え、アナログ×デジタルのクロスマーケティングサービスで安定的に成長する

情報コンテンツ事業（雑誌）： 新しいマーケティング手法を開始

- ハルメク誌の2026年上期（1～6月）販売部数は減少も**国内全雑誌No.1*1**の維持を見込む
- EBITDAは前期比増で推移
- 構造改革で新しいテーマの開発を進め、シニア層の新たな関心事であるAIに関する特集を誌面で開始
 – 全国の蔦屋書店やTSUTAYAのSHARE LOUNGE（シェアラウンジ）で「はじめてのAI講座」も実施中

TOP10雑誌の販売部数*2

(万冊)



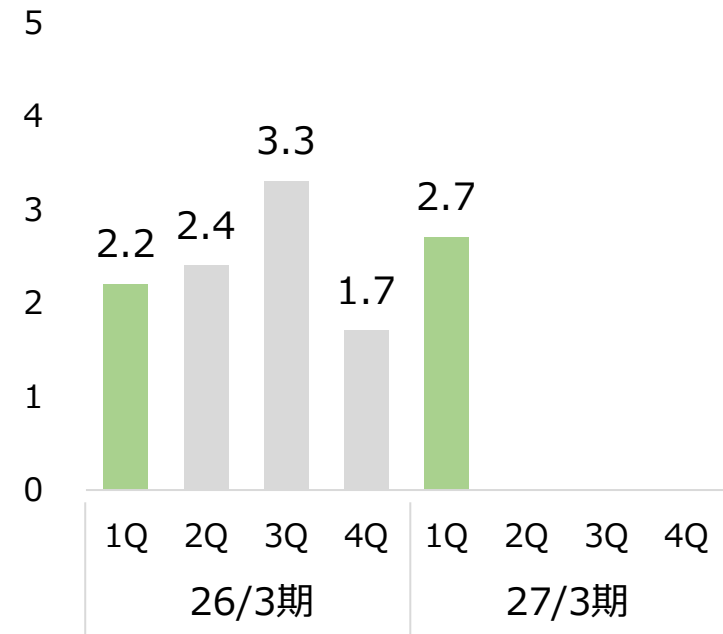
*1 一般社団法人日本ABC協会発行レポート

*2 一般社団法人日本ABC協会発行レポート（2017年～2025年の上期(1-6月)・下期(7-12月)の販売部数）

*3 26年上期（1月～6月）の読者数は、2026年1月～6月の6か月平均に基づく当社試算値（速報値含む）

情報コンテンツ_EBITDA*4四半期推移

(億円)



*4 本ページで記載する業績は日本基準。EBITDA：営業利益＋償却費

情報コンテンツ事業（WEB） プレシニア向けメディア「HALMEK up」のビジネスモデルを転換

ハルメクholdings
h a l m e k

- 従来のサブスクモデルから物販・広告モデルに転換（2026年5月7日ローンチ）
- すべてのコンテンツを無料開放して集客力を強化し、広告収入を増強
 - － プレシニア向け物販サイト「Up select」でアパレル販売を開始

全ての有料コンテンツを無料開放

- － 魅力的なコンテンツを投下し集客力強化を図る



プレシニア向け物販サイト「Up select」

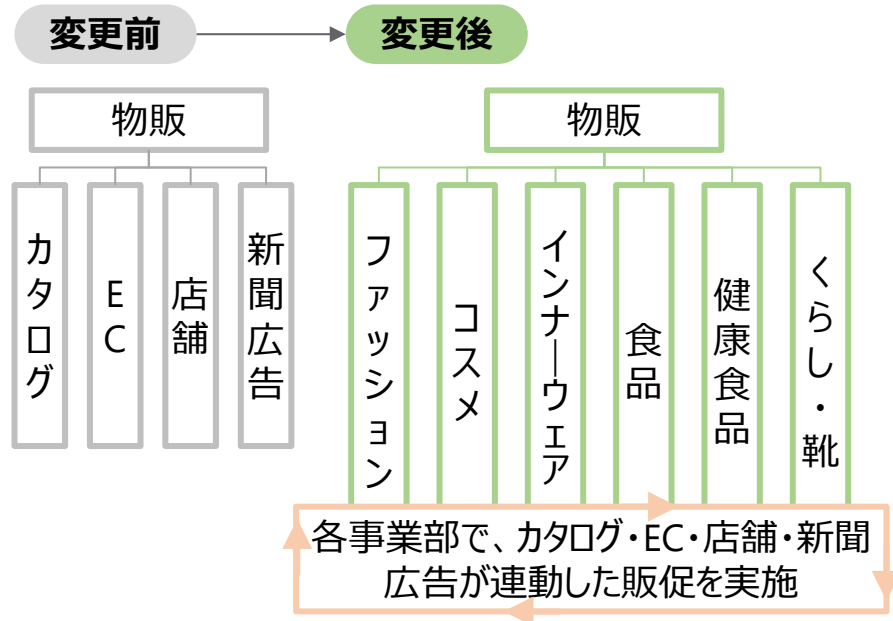


ハルメク物販事業： 総合通販型から専門物販型への移行を進める

- 従来のチャネル別の組織構成から、商品カテゴリー別の事業部制に移行
 - － まずは、コスメの専門物販化からスタートし、事業コンセプトを明確化

専門物販化に向けた組織変更

チャネル別組織から、各商品カテゴリー別事業部制に再編して、専門物販化を進める



専門物販化に向けた取り組み（コスメの事例）

リニューアル

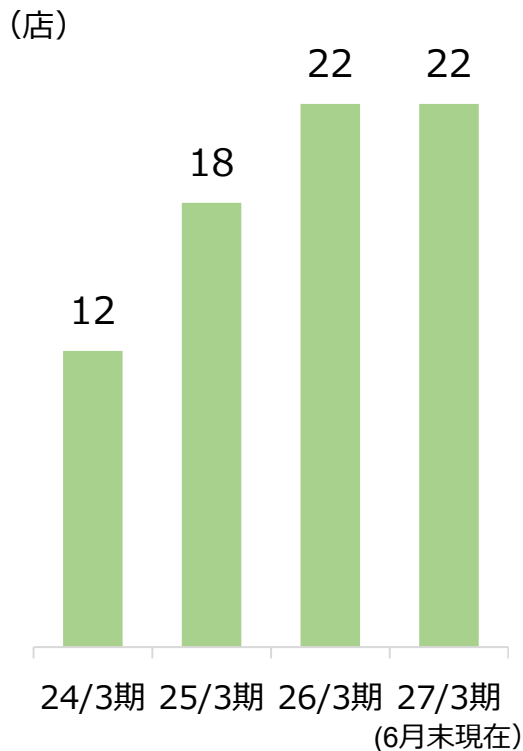
さまざまな商品を見て選ぶサイトから

各商品カテゴリー毎に
コンセプトや世界観を伝えるサイトへ

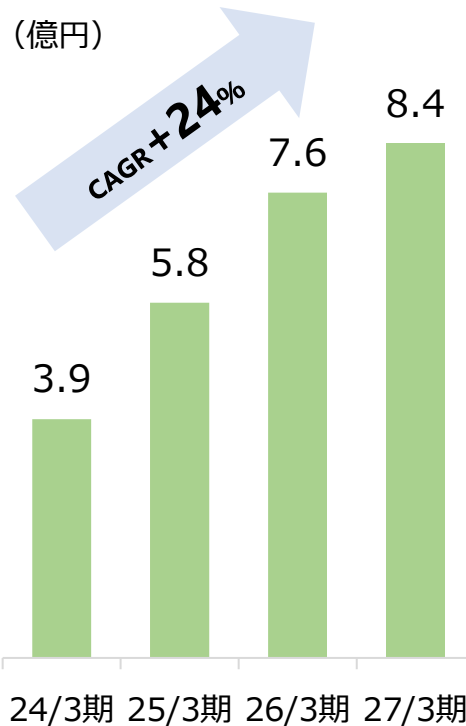
ハルメク物販事業： 新店舗展開を継続し、新規客獲得とファン化を促進

- ハルメクの商品毎の明確なコンセプトや世界観を店舗でもお客様に体感していただく
- 14都道府県に22店舗を展開、今期は2店舗の出店を目指す
- 売上は順調に増加

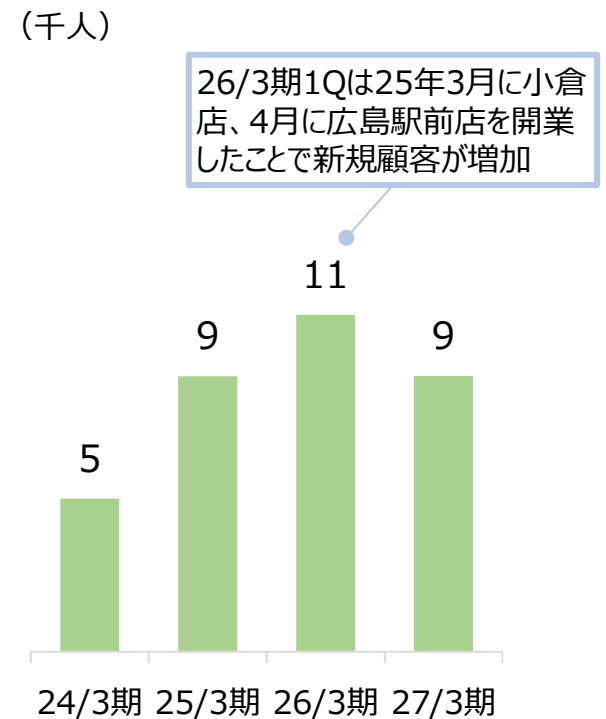
店舗数推移



1Q_店舗 売上推移



1Q_店舗 新規顧客数推移



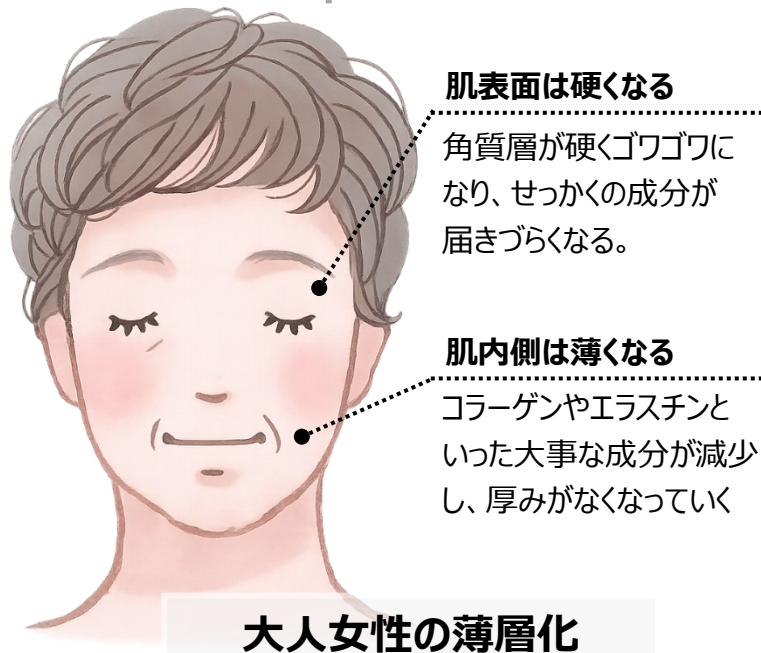
* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準。CAGRは24/3期から27/3期で算出。なお、店舗売上においては、27/3期より靴事業をチャネル別に統合したことに伴い、過年度実績に含まれていた通販分を通販チャネルの靴カテゴリーへ移管し、実績を遡及修正しています。

ハルメク物販事業： 高付加価値・高価格の商品ラインを拡充し、CRMを強化

- ハルメク物販の構造改革を進め、高付加価値×高価格の商品ラインの展開を拡充
- それに伴い、継続購入を促すCRM施策を強化し、顧客体験の価値向上を図る

CRM強化の事例（コスメ）

事業コンセプト：大人の「**薄層化**」に「**発酵**」でこたえる



商品

パッケージを刷新

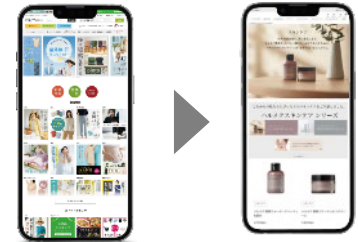
- 商品やパッケージをリニューアルして世界観やコンセプトを表現



EC

ブランドサイトローンチ

- 世界観や商品価値が伝わるサイトに刷新



販促

CRMをブラッシュアップ

- お試し用のミニサイズ購入から、定期便に繋げる

購入

DM

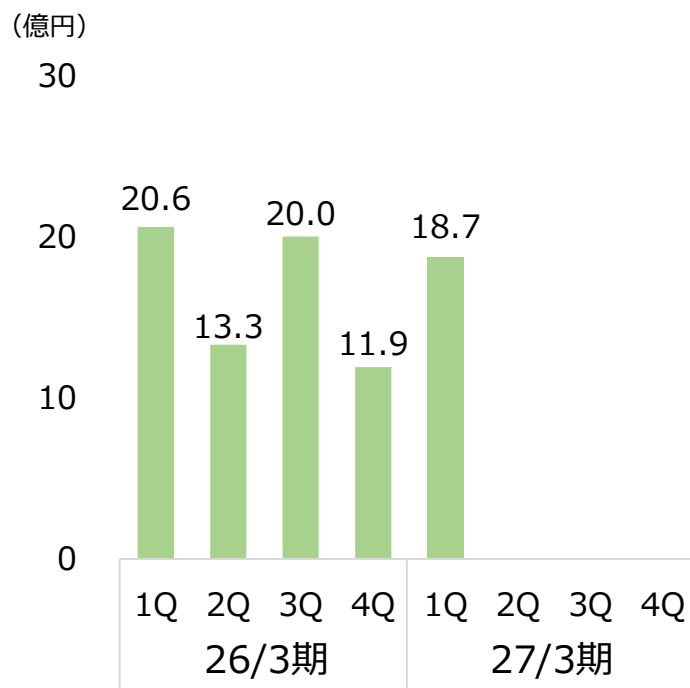
定期



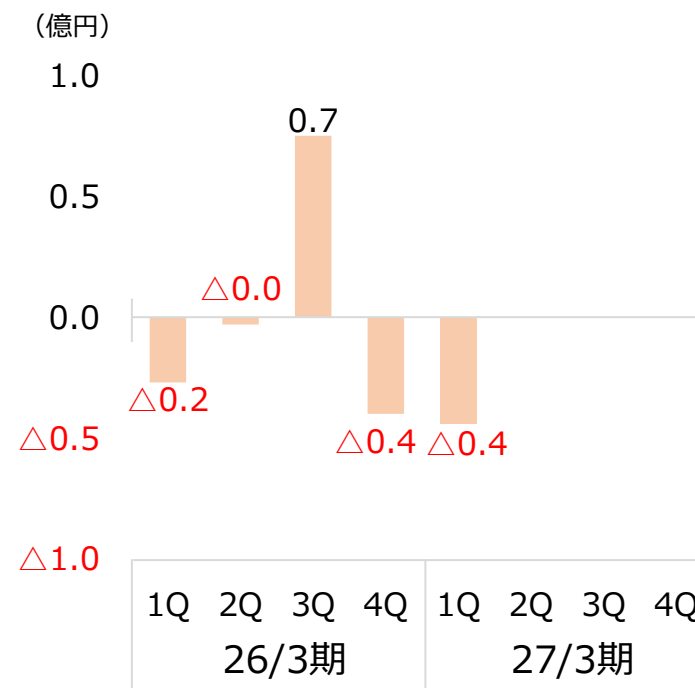
ことせ物販事業：抜本的な構造改革中

- 25年3月期の完売率の悪化とそれに伴う利益の大幅悪化により、広告投資を抑制。その結果、カタログ配布先が減少し減収減益に
- この状況を受け、抜本的な構造改革を行うことを決定。取り組みを進めている

ことせ物販の売上_四半期推移



ことせ物販の営業利益_四半期推移



コミュニティ事業：高単価イベントに加え新規顧客を開拓

- 高付加価値・高単価のプレミアムイベントの拡充に加え、新たに企画した「はじめてシリーズ」が好評
- 大型のリアルイベントを連続開催、2026年7月に福岡でも実施、今後も全国でハルメクとの接点を増やす
- 2026年5月に手芸・クラフト分野のカルチャースクールを運営するヴォーグ学園がグループイン

「はじめてシリーズ」の例



はじめての競馬場

1.3万円

- ✓ 馬券の買い方をイチからレクチャー
- ✓ 観戦型レストランで白熱のレース観戦を楽しむ

リアルイベント



ハルメクフェスタ in 福岡

2026年7月28日開催

- ✓ 雑誌や通販、イベント等ハルメクワールドを体感できるイベント
- ✓ 約350人の方が来場

ヴォーグ学園をM&A



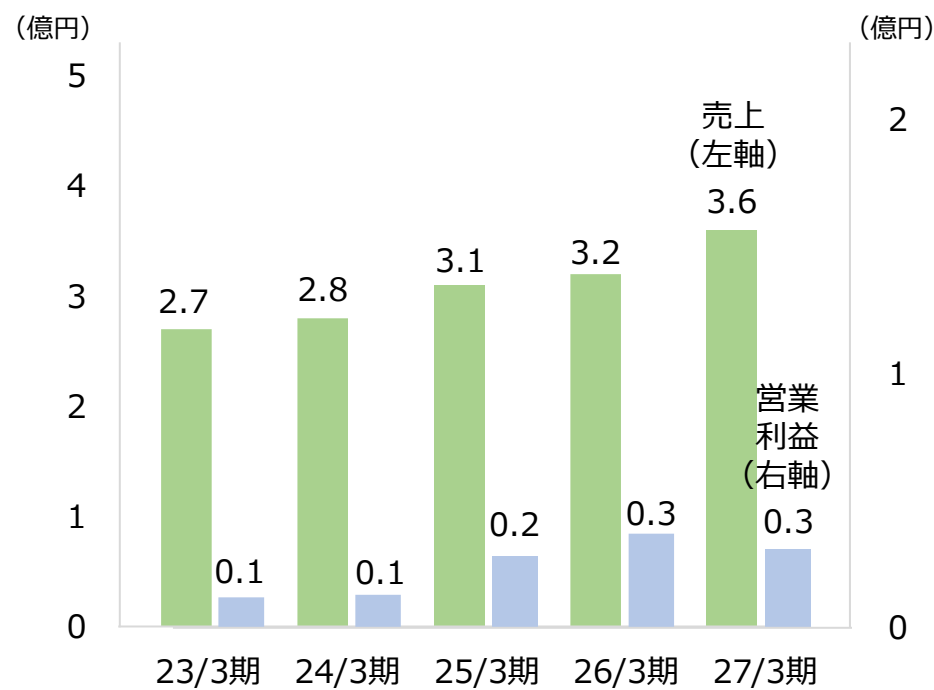
2026年5月にグループイン

- ✓ 編み物・刺繍・ソーイング・キルトなど手芸やクラフト分野に特化した講座を全国4校とオンラインで展開

法人事業：クロスマーケティングで着実に成長

- アナログ×デジタルのクロスマーケティングサービスを開発し、新規開拓は堅調

法人事業の売上/営業利益(1Q)



* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準

4. 2027年3月期 業績予想と配当予想

連結業績予想①

- 1Q実績が**上期の利益目標を超過**

(IFRS基準)	27/3期	27/3期 業績予想	
	1Q	上期	
	実績	予想額	進捗率
売上収益	9,045	16,800	53.8%
営業利益	790	750	105.5%
税引前利益	777	725	107.2%
当期利益	500	450	111.2%

単位：百万円

連結業績予想②

- 利益の進捗は順調だが、売上がやや弱含んでいることを踏まえ上期及び通期業績予想は据え置き

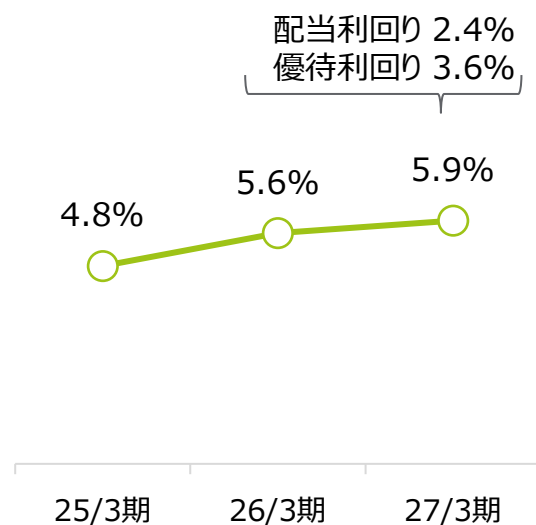
(IFRS基準)	27/3期 業績予想			
	上期		通期	
	予想額	増減率	予想額	増減率
売上収益	16,800	+ 0.1%	35,000	+ 3.5%
営業利益	750	+ 8.8%	2,000	+ 12.7%
税引前利益	725	+ 8.7%	1,950	+ 12.9%
当期利益	450	+ 3.1%	1,200	+ 14.2%

単位：百万円

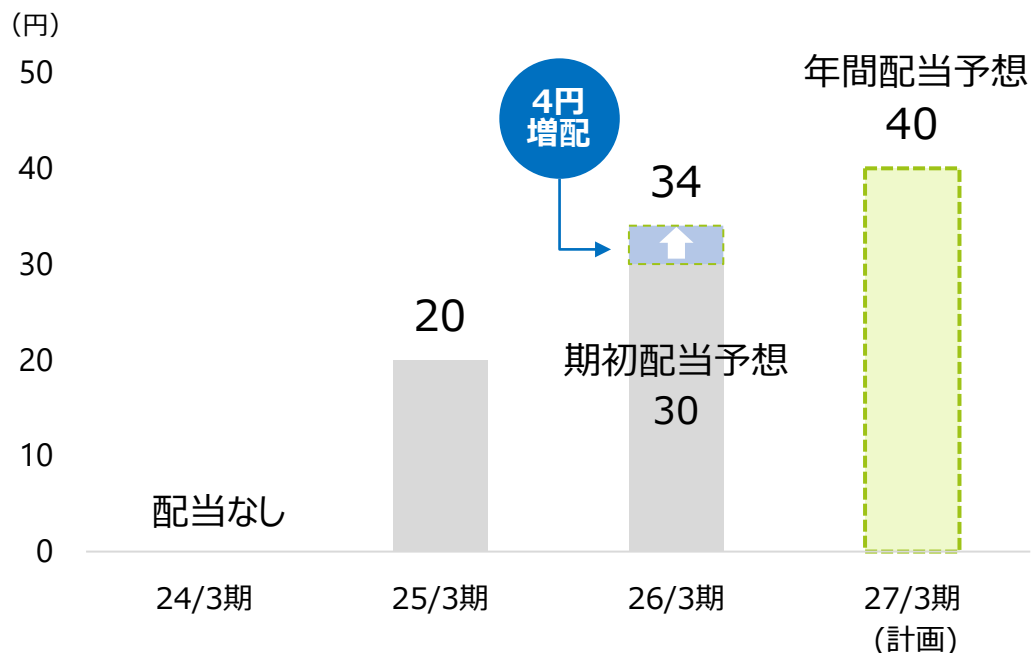
配当予想

- 27年3月期は年間配当**40.0円/株**（計画）、配当性向**36.8%**
（中間配当**20円/株**、期末配当**20円/株**を計画）
- 配当＋優待利回りは、最大5.9%^{*1}**

配当＋優待利回り^{*1}推移



配当の状況



^{*1} 利回りは、2026年6月30日株価（終値）1,689円で算出。優待利回りは柚子の里だより（1本）の2026年6月30日時点における販売価格3,024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。

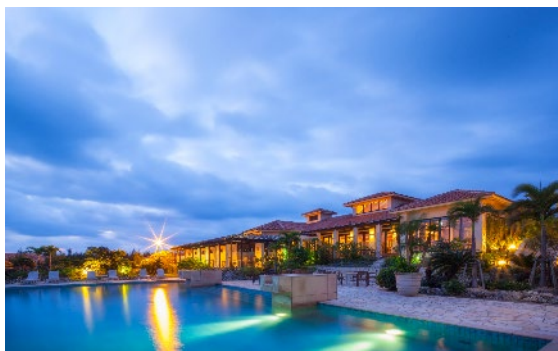
ご参考：抽選で当たる株主優待

- 保有期間が長く、保有株式数が多くなるほど、当たりやすくなる抽選方式
- 人生をよりよく生きるための特別な体験機会を提供
- 26年9月度の特選協賛品は「マイクロ胡蝶蘭」

抽選で当たるハルメク特選優待

— 旅行体験

星野リゾートを満喫
利用人数やお部屋は自由に選択可能



画像：リゾナーレ小浜島

星野リゾート宿泊ギフト券
(20万円分)
当選数1名

— 料理飲食体験

上質な美食体験と、記憶に残る
ひとときを



画像：レストランテASO

ひらまつディナー券
(2名・39,000円分)
当選数5名

— 特選協賛品

花言葉は「幸福が飛んでくる」
小さくて可愛い胡蝶蘭をご自宅に

26年9月度限定



協賛企業：アートグリーン株式会社

マイクロ胡蝶蘭
(4,500円・税別)
当選数50名

ご参考： 抽選で当たる株主優待に10周年記念特選優待を追加

- カタログを見ているだけでもワクワクできる特別な体験や商品が自由に選べる「リンベル スマートギフト 10万円相当」を抽選式の優待として追加

ハルメク10周年記念特選優待

26年9月度限定



リンベル スマートギフト
(10万円相当)
当選数 5 名

選べる商品の一例

ラルクルーズトーキョー クルージング



貸切クルージング (1時間40分)

明治座 東京・日本橋浜町



観劇S席 + お弁当 (幕の内)

ご参考：必ず貰える選べる株主優待

- 抽選で当たる株主優待に加えて、必ず貰える選べる優待もご準備しております
- 26年9月度からは500株以上を対象としてコスメ商品を大幅に拡充しました

必ず貰える選べる優待（対象品から1点選択）

100株以上500株未満	500株以上
① 柚子の里だより（一本）  ② 人参ジュース 1本  ③ 健康を育む食セット ● 寝かせ玄米ごはん3種 ● ナッツ＆フルーツ2袋  ④ 毎日を楽しむ食セット ● ことせ ごろっと具材の満足カレー＜プレミアムビーフ＞（3袋） 	① 雑誌「ハルメク」定期購読権（1年分）  ② 健康を育む食セット ● 人参ジュースビン 1本 ● 寝かせ玄米ごはん3種 ● 宝寿茶ティーバッグ 3g(30包) ● ナッツ＆フルーツ8袋  ③ 毎日を楽しむ食セット ● ことせ ごろっと具材の満足カレー＜プレミアムビーフ＞（5袋） ● ことせ ごろっと具材の満足カレー＜野菜＞（5袋） ● ことせ ごろっと具材の満足カレー＜ビーフ＞（5袋）  ④ 毎日を楽しむ食セット ● 柚子の里だより（一本）（2箱） ● しらすせんべい＜うす塩味＞×2箱 小袋4g(8袋)  ⑤ ハルメク エシカルセット ● 古着でワクチン 中サイズ ● 人参ジュース（缶10本）  2026年8月追加 ⑥ ハルメク 薬用ウォータークリーム化粧水/ハルメク 薬用美肌ヴェール（オークル20）  ⑦ ハルメク 薬用パワーラップングクリーム  ⑧ ハルメク 薬用トータルエイジ美肌液＜朝用＞  ⑨ ハルメク 薬用トータルエイジ美肌液＜夜用＞  ⑩ ハルメク 薬用杏仁オイル 

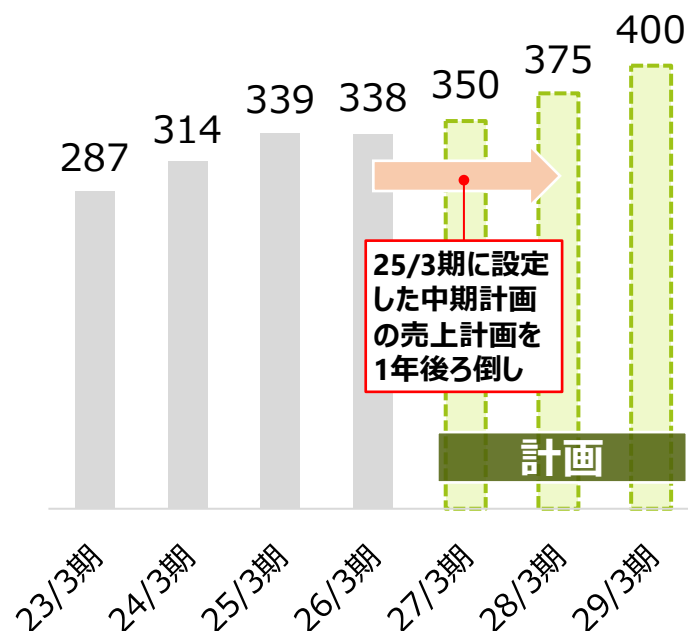
5. 中期経営計画

中期経営計画①

- 日本におけるシニアビジネスのリーディングカンパニーとして、持続的な成長と安定した収益性の確保を目指す
- 構造改革を進め、まずは収益性を改善。その後売上と利益成長の両立を目指して中計を再設定
 - 25/3期に設定した中期経営計画の売上計画のみを1年後ろ倒し

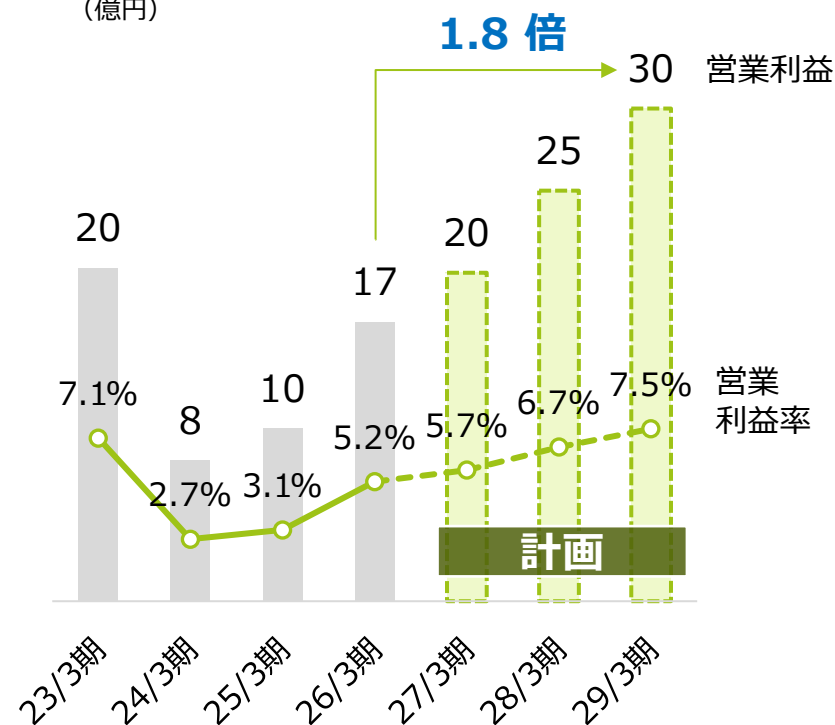
売上収益

(億円)



営業利益/営業利益率

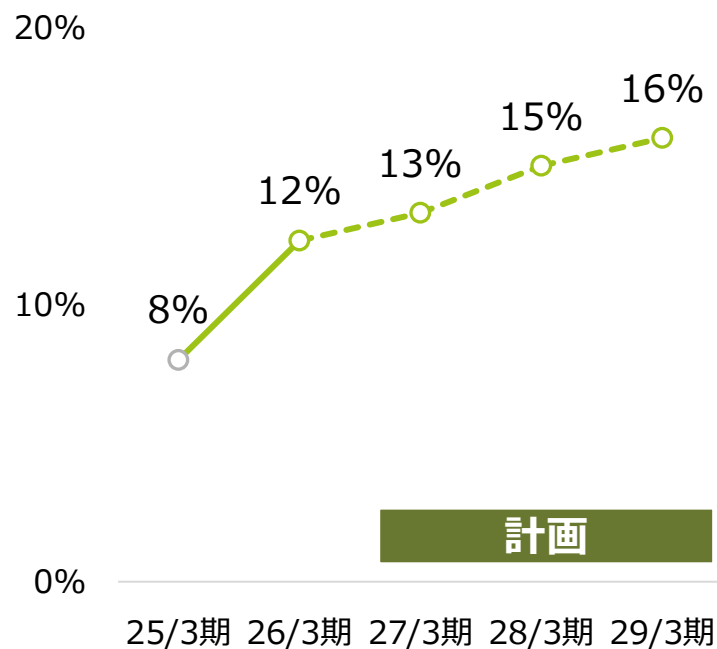
(億円)



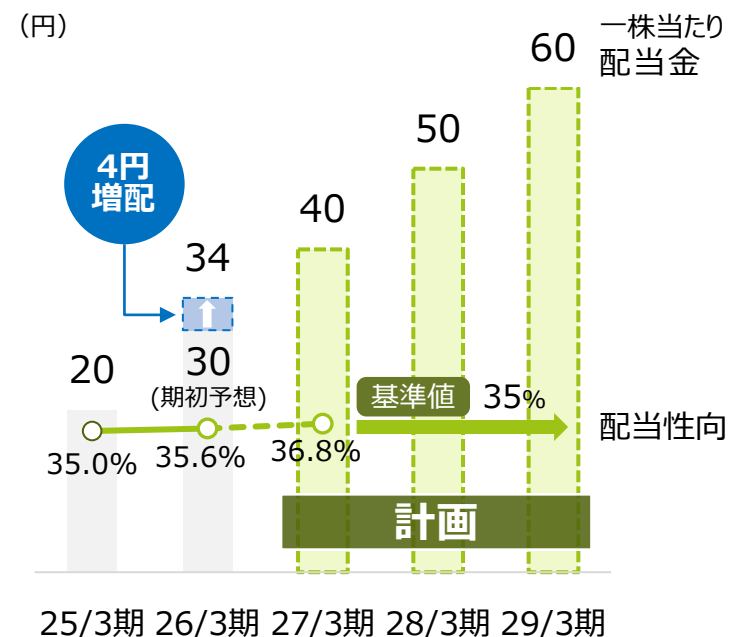
中期経営計画②

- 収益性を高めROE**16%**を目指す
- 将来の成長に必要な内部留保を着実に積み上げつつ、配当性向**35%**を目安として、配当の方針

ROE*1



一株当たり配当金/配当性向



*1 親会社所有者帰属持分当期利益率

APPENDIX 財政情報

連結財政状態計算書

ハル×7holdings
h a l m e k

単位：百万円

	26/3期 実績	27/3期 1Q実績	前期比
流動資産	8,308	8,706	+ 397
現金及び現金同等物	2,778	1,312	△1,465
営業債権	1,725	2,737	+1,011
棚卸資産	3,440	4,331	+890
非流動資産	12,855	12,864	+ 8
使用権資産	2,562	2,423	△139
のれん	4,452	4,580	+128
無形資産	4,851	4,796	△54
資産合計	21,164	21,570	+406
流動負債	8,971	9,034	+63
営業債務及びその他の債務	2,234	2,799	+ 564
契約負債	2,512	2,507	△5
未払法人所得税	683	280	△403
非流動負債	3,298	3,347	+ 48
負債合計	12,270	12,382	+111
（有利子負債残高）	1,900	2,011	+111
資本合計	8,893	9,188	+294
負債及び資本合計	21,164	21,570	+406

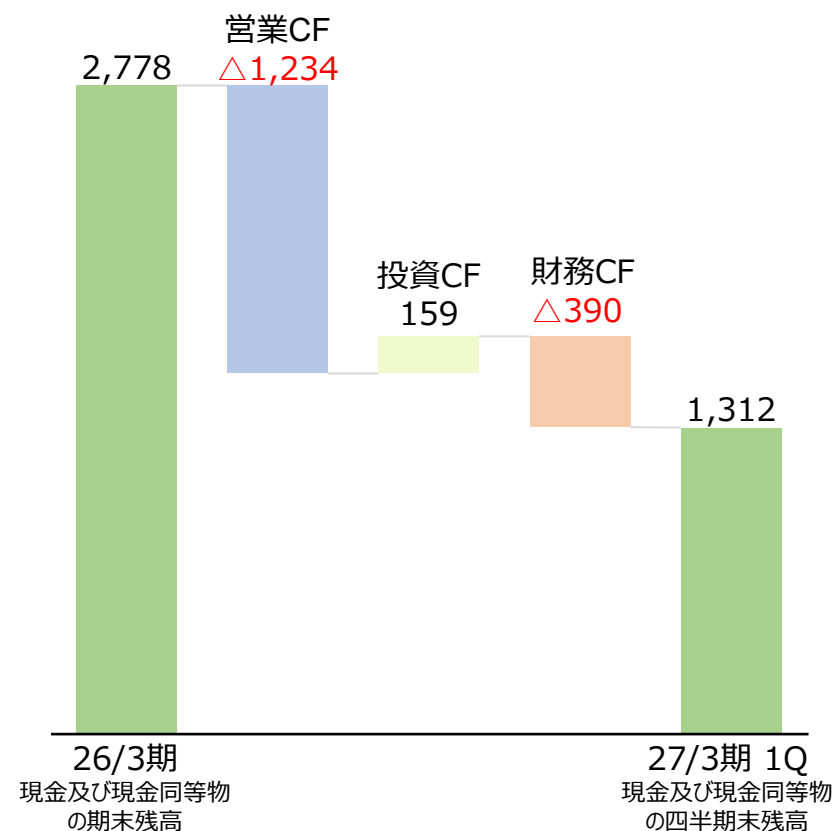
キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	26/3期 1Q	27/3期 1Q
営業活動によるCF	654	△1,234
税引前四半期利益	619	777
減価償却費及び償却費	277	282
営業債権の増減額（△は増加）	△1,137	△971
棚卸資産の増減額（△は増加）	△239	△859
投資活動によるCF	△74	159
財務活動によるCF	△364	△390
配当金の支払額	△219	△209
リース負債の返済による支出	△145	△146
現金及び現金同等物の増減額 （△は減少）	214	△1,465
現金及び現金同等物の期首残高	2,394	2,778
現金及び現金同等物の四半期末残高	2,608	1,312

連結キャッシュ・フロー

（百万円）

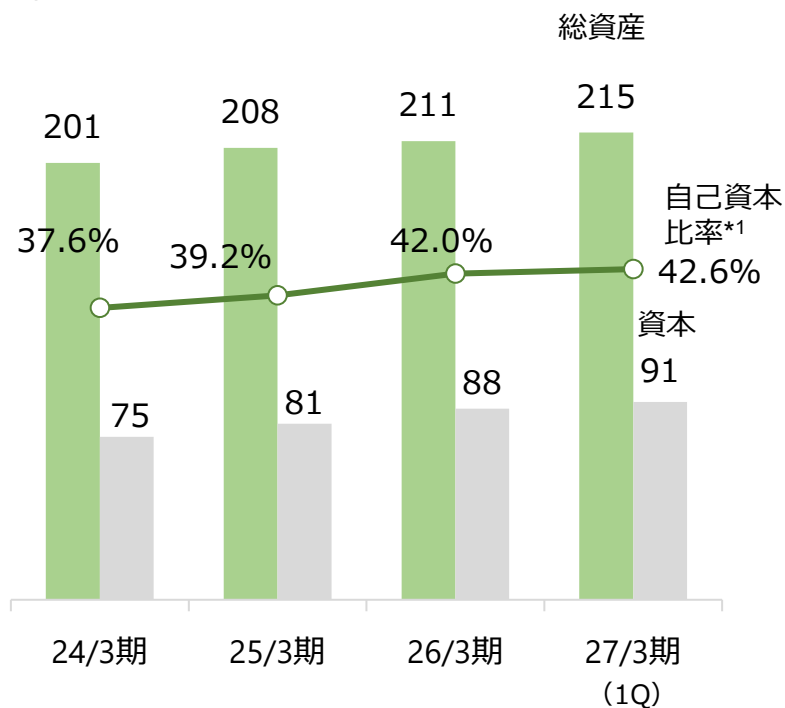


財政状態関連指標

- 自己資本比率はやや上昇、有利子負債依存度は横ばい

財政状態

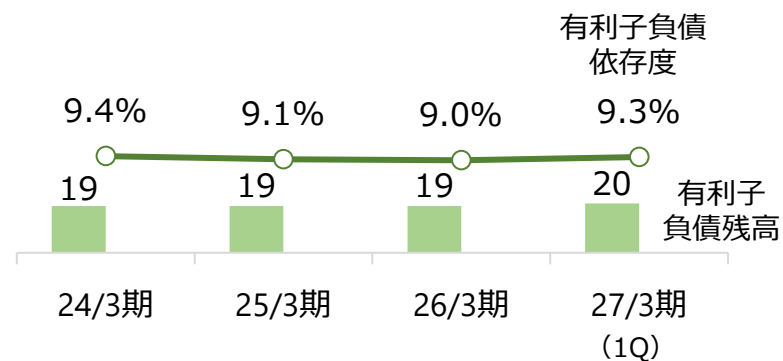
(億円)



*1 親会社所有者帰属持分比率

有利子負債残高及び依存度*2

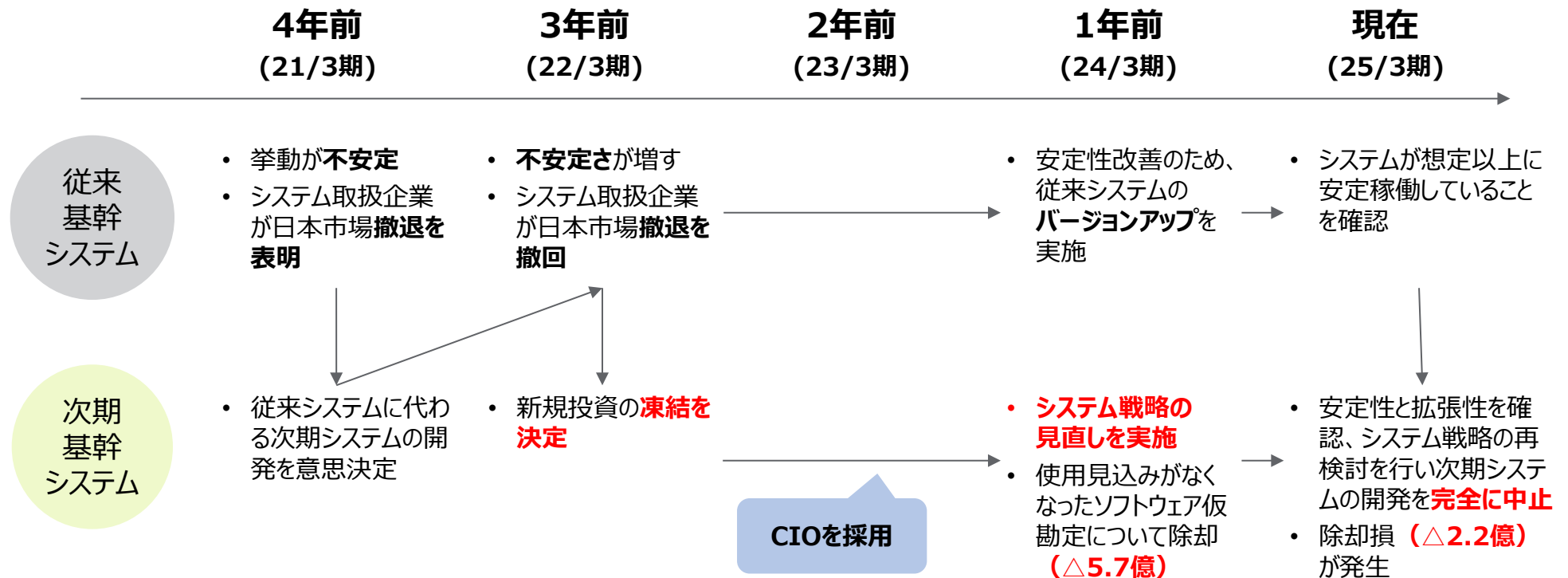
(億円)



*2 有利子負債依存度 = 有利子負債(借入金) ÷ 総資産合計

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

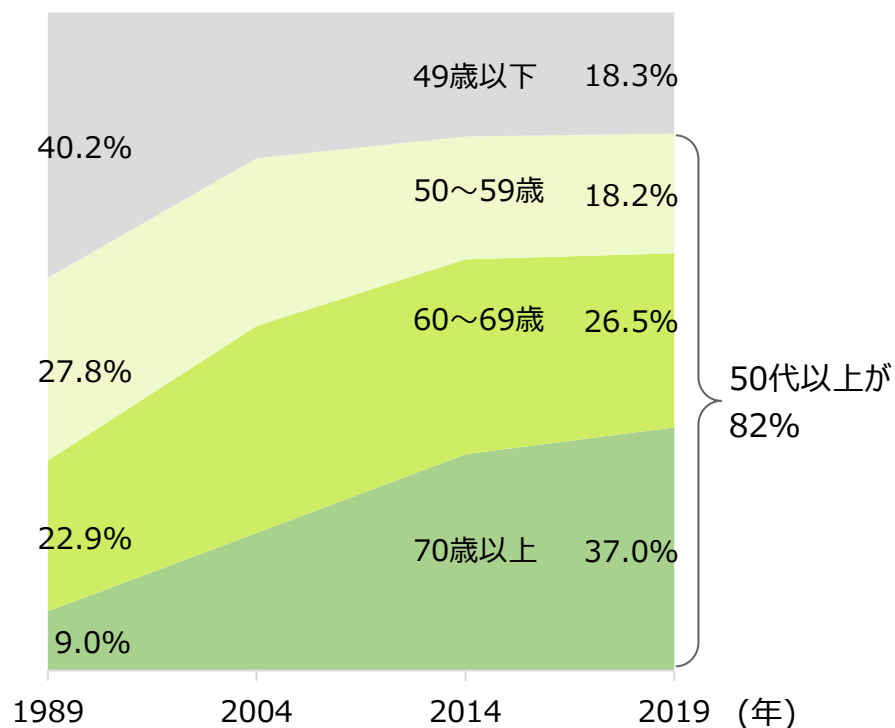


APPENDIX 市場環境

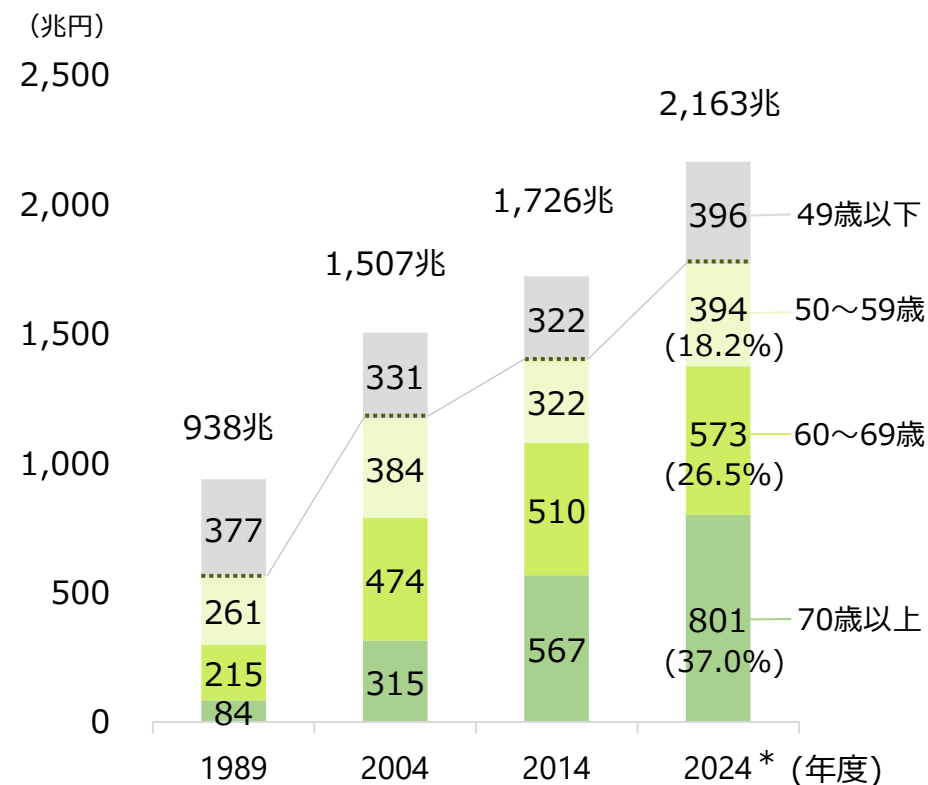
日本の金融資産は、シニア世代(50歳以上)が8割以上を保有

- 60歳以上でも全体の6割以上を占める
- 金融資産額も増加傾向

世代別金融資産分布状況（保有割合）



世代別金融資産分布状況（資産額）



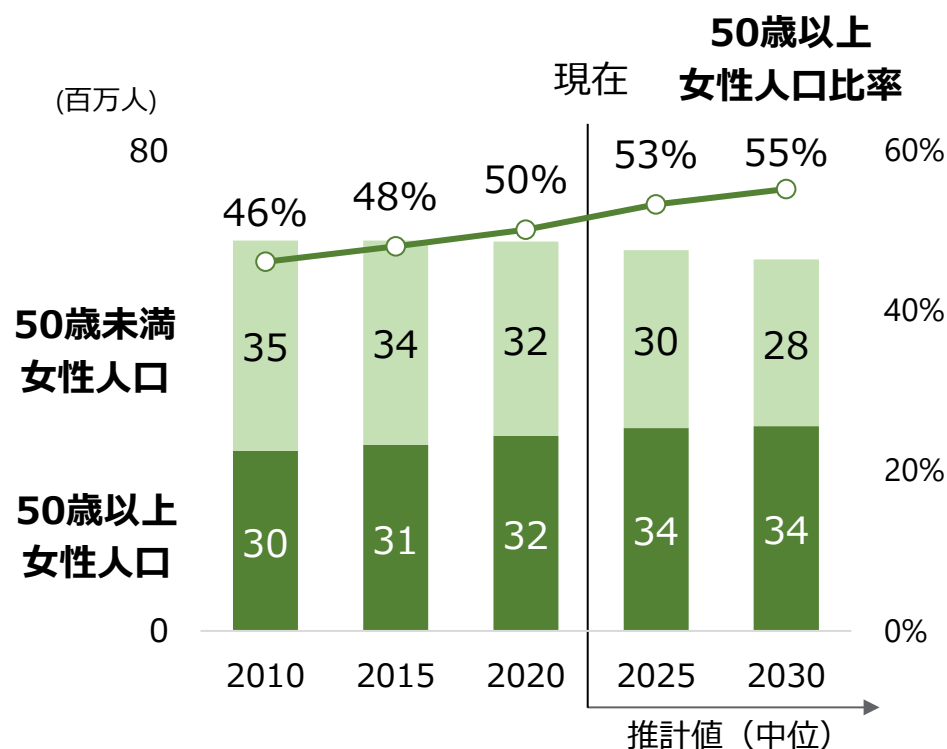
出所 総務省「全国家計構造調査」、日本銀行「資金循環統計」を元に当社作成

* 2024年度の資産額内訳は2019年の保有割合を基に当社試算

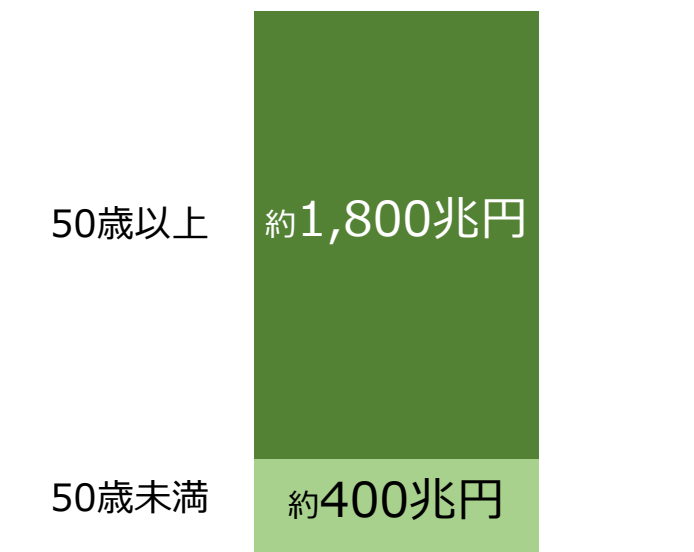
当社は魅力的なシニア市場で事業を展開

- 人生100年時代。50歳以上人口は、総人口の半分以上を超える
- 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



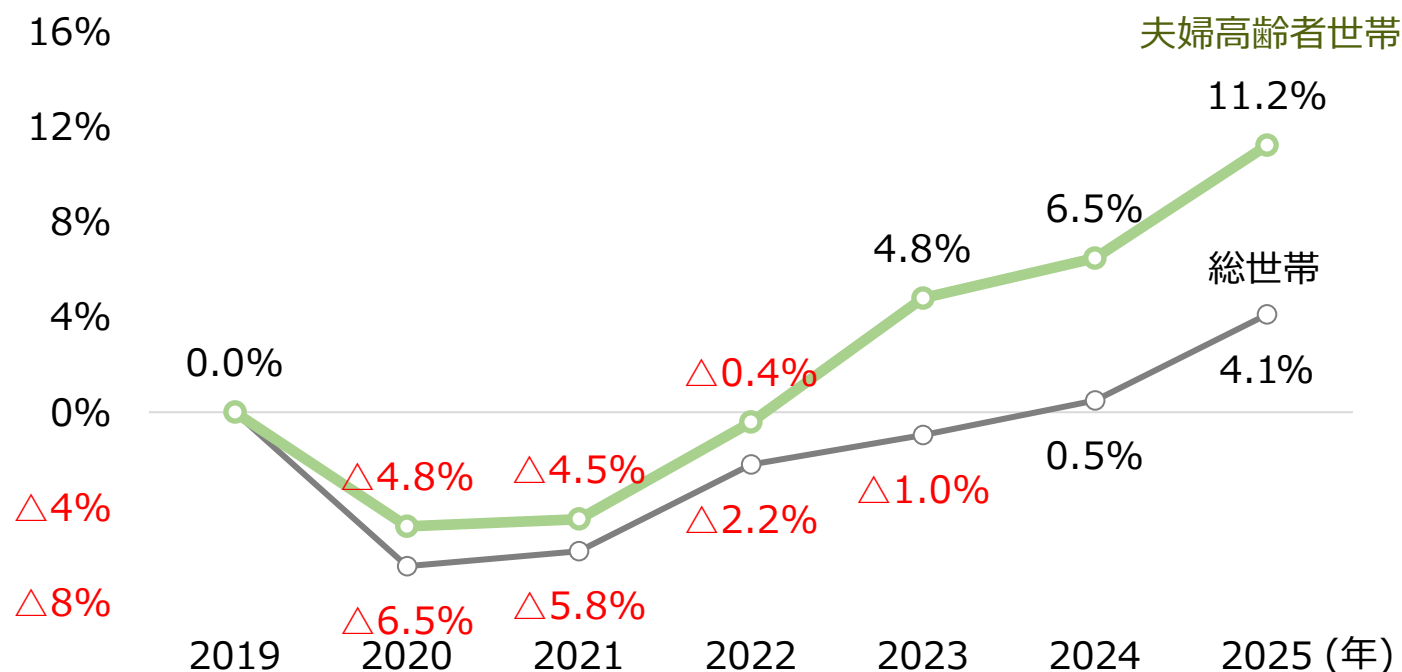
*1 国立社会保障・人口問題研究所

*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

シニア世代の消費支出は回復が顕著

- コロナ禍の影響で2020～2022年はマイナス圏に沈んだが、夫婦高齢者世帯は回復が顕著で、2025年には2019年比+11.2%伸びている
- 一方、総世帯の伸びは4.1%。シニア層の消費意欲は総世帯と比較して高い

2019年を基準にした消費支出の増減率*1

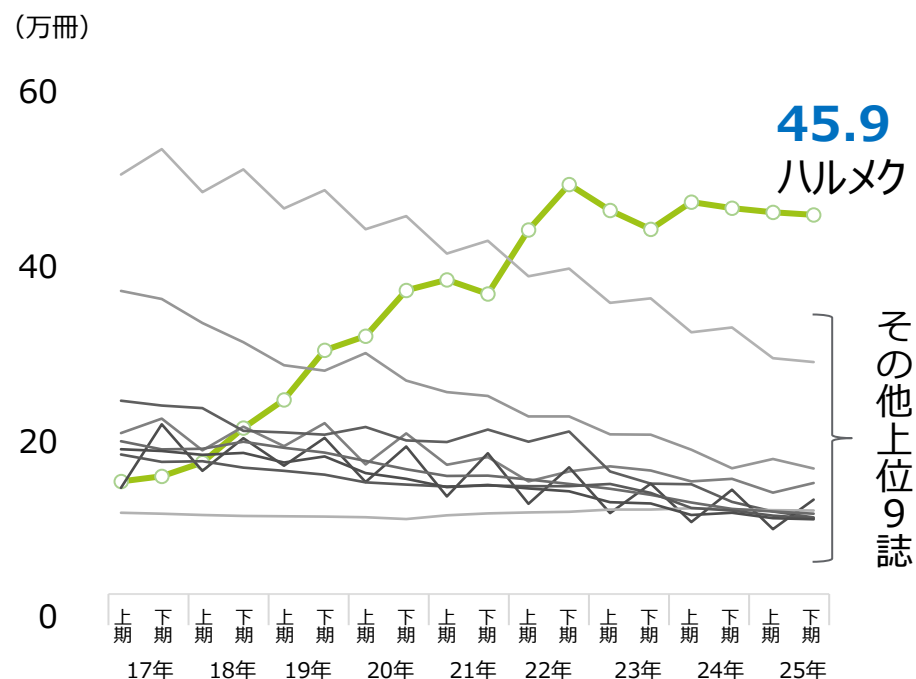


*1 出所：「家計調査結果」（総務局統計局）1世帯当たり 1か月間の消費支出より当社作成。夫婦高齢者世帯とは、65歳以上の夫婦1組の世帯

雑誌市場が縮小する中、ハルメク誌は部数を維持

- 雑誌“ハルメク”は多くの雑誌が部数を減らしている中で部数を維持し、**日本で一番売れている雑誌***1

TOP10雑誌の販売部数*2



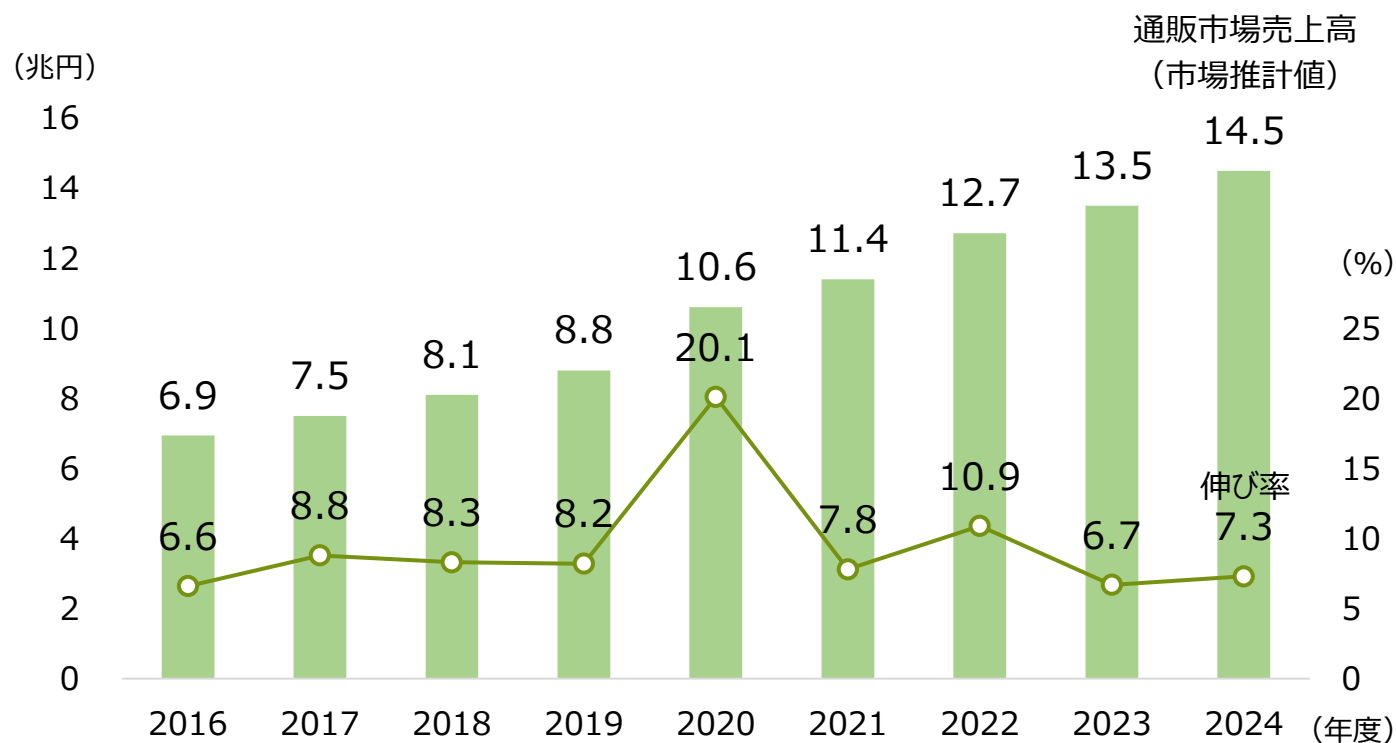
*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート

*2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2017年～2025年の上期(1-6月)・下期(7-12月)の販売部数)

通販（EC含む）市場は成長を続けている

- 通販市場はコロナ後も堅調に拡大、2024年度は14.5兆円に到達

通販市場売上高推移と伸び率*1

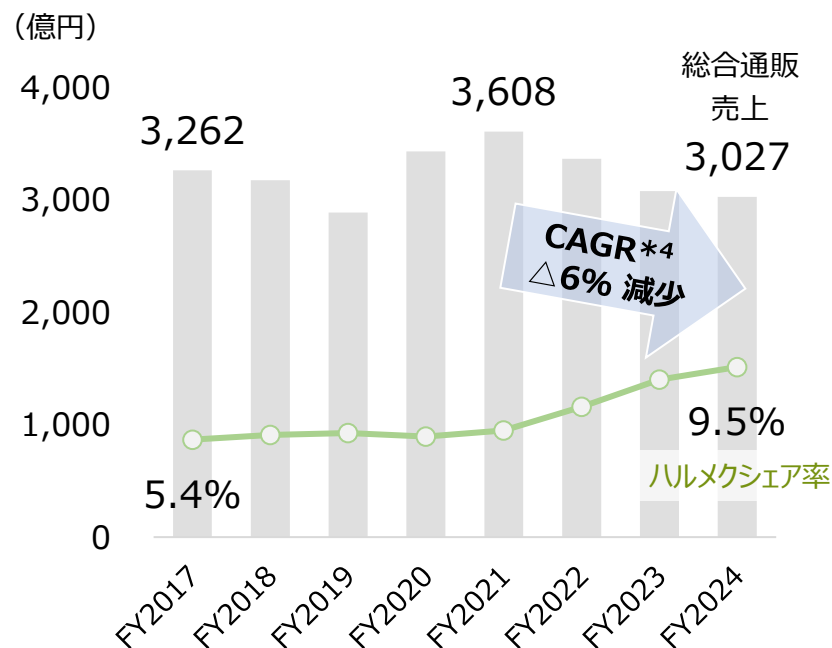


* 出所：公益社団法人日本通信販売協会（略称＝JADMA）「2024年度（2024年4月-2025年3月）通販市場売上高調査」

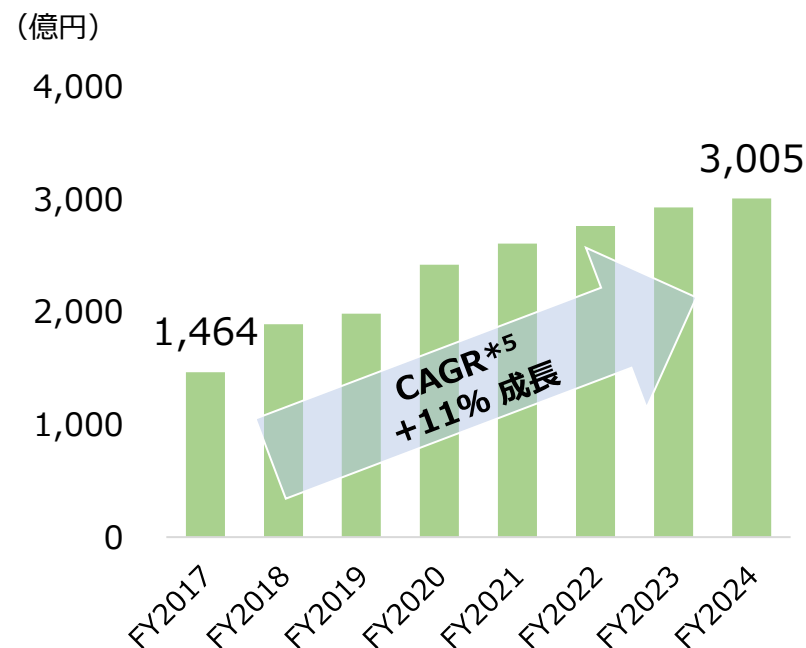
しかし総合通販企業は苦戦、専門通販が成長

- 主な総合通販上場企業の売上高はコロナ禍による追い風を受けて回復も、その後減少傾向
- ハルメクは独自のビジネスモデルと深い顧客理解に基づいた商品開発でコロナ禍を抜けても安定成長

総合通販の売上高推移*1とハルメクのシェア率*2



専門通販の売上高推移*3



*1 総合通販を営む上場企業5社（ベルーナ、千趣会、スクロール、フェリシモ、ハルメク）の通販事業セグメントを基に当社作成

*2 ハルメクグループの物販事業（ことせ事業含む）÷総合通販を営む上場企業5社の通販事業セグメント合計

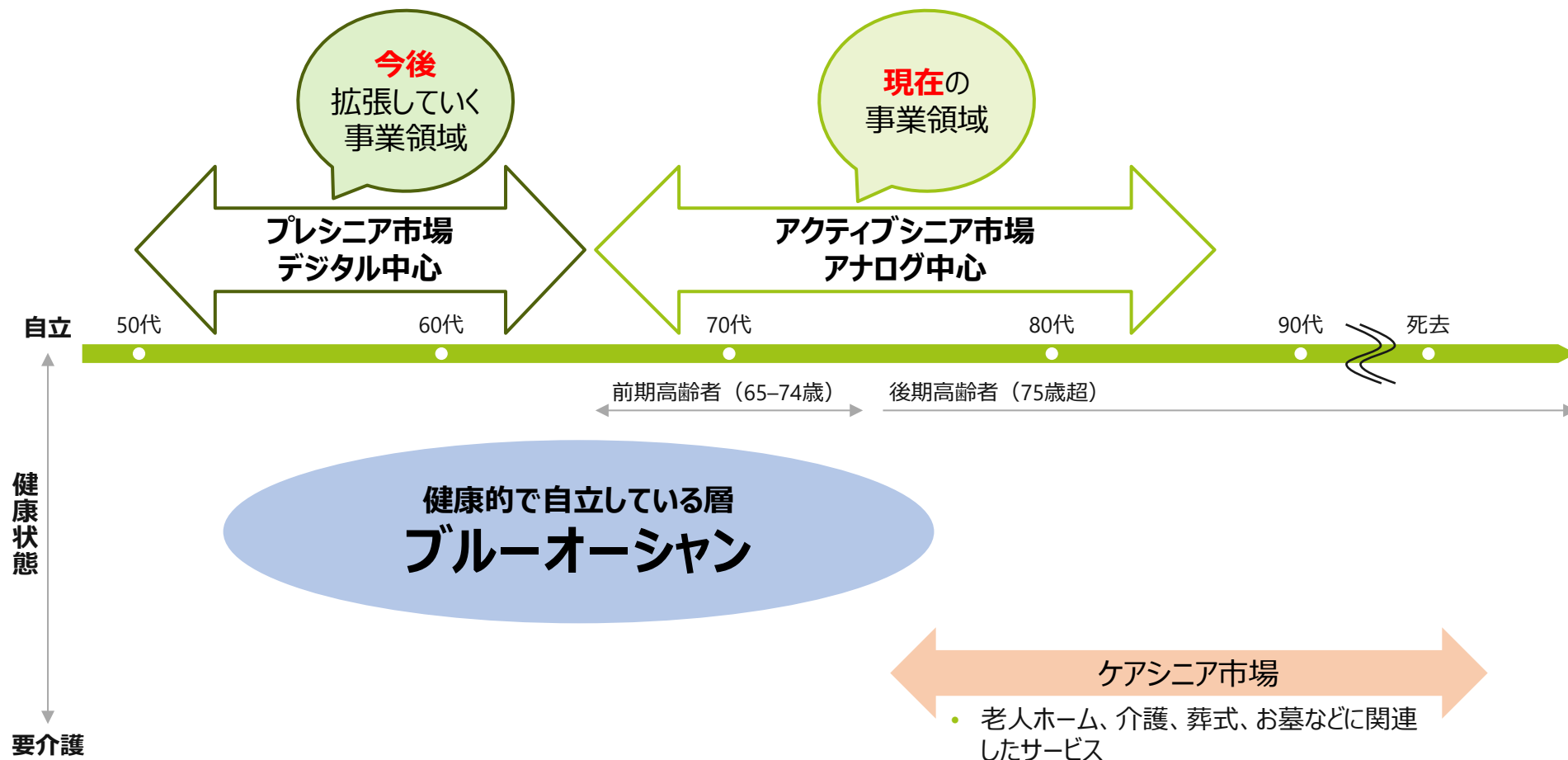
*3 専門通販を営む上場企業6社（北の達人コーポレーション、オイシックス・ラ・大地、ZOZOTOWN、クラシコム、夢展望、ペガコーポレーション）の通販事業セグメントを基に当社作成

*4 FY2021からFY2024のCAGR *5 FY2017からFY2024のCAGR

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

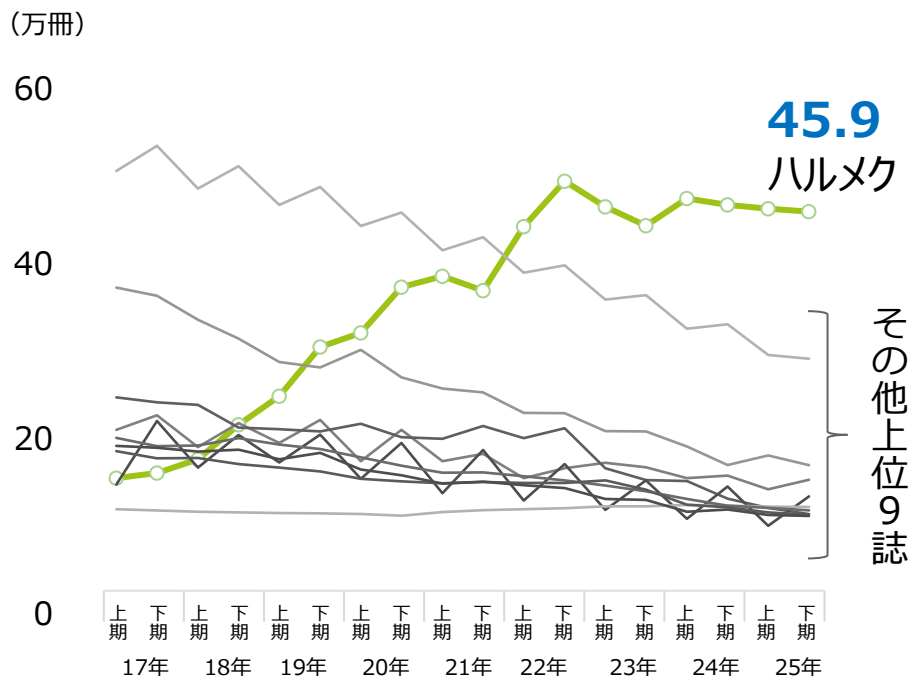
シニア層の年齢・市場イメージ



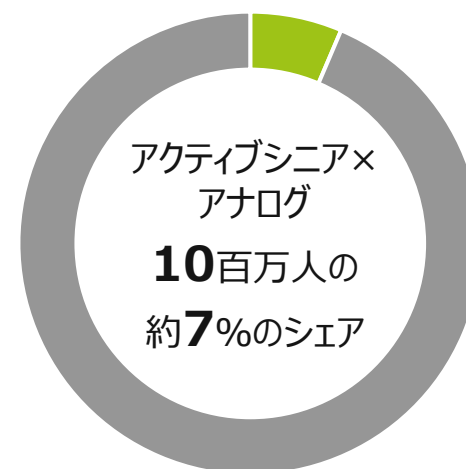
ハルメクはシニア市場におけるトップランナー

- シニア女性雑誌「ハルメク」は販売部数で2022年から8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

TOP10雑誌の販売部数*2



当社ターゲット層のシェア率*3



*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～2025年の上期(1-6月)・下期(7-12月)の販売部数)

*3 26/3期末時点の当社顧客数を2024年時点のアナログ×アクティブシニア人口で除して算出

APPENDIX 事業説明

ユニークなビジネスモデル

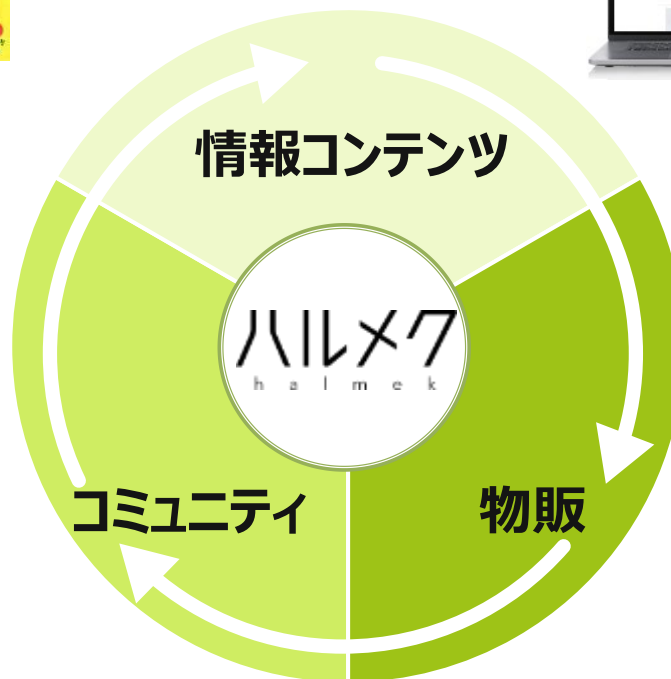
- 日本で一番売れている雑誌*1「ハルメク」でシニア女性を集客、物販でグループを支える収益を得て、イベント・講座等のコミュニティビジネスで顧客ロイヤリティを高めています



質の高い情報を雑誌・ネット
(HALMEK up) 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
22店舗*2

*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2025年下期(7-12月)実績）

*2 2026年3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

ハルメクholdings
h a l m e k

- 雑誌“ハルメク”は販売部数「女性誌No.1」*1、2025年下期（7-12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

定期購読者数

シニア女性
約46万人*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



2026年7月号
(6月10日発売号)

TOP10雑誌の販売部数

(万冊)

60

40

20

0

45.9
ハルメク

その他上位9誌

上期 下期 上期 下期 上期 下期 上期 下期 上期 下期 上期 下期 上期 下期 上期 下期
17年 18年 19年 20年 21年 22年 23年 24年 25年

*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 14 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2025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～2025年の上期(1-6月)・下期(7-12月)の販売部数)

事業紹介：ハルメク物販①

ハルメクholdings
h a l m e k

- 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ック、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します! 生活に役立つ商品と情報をお届け

毎月
約300アイテムを
厳選して紹介

*1 2026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 h a l m e k

- 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）



事業紹介：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「こだわりブラウス」等を展開
- 読者の声を生かした商品展開を今後も実施していく



事業紹介：店舗展開の状況

全国**14**都道府県に
22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）
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）
伊勢丹立川店（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 名古屋三越栄店（愛知県）
遠鉄百貨店（静岡県）
- 中国 福屋広島駅前店（広島県）
- 九州 大丸福岡天神店（福岡県）
小倉井筒屋店（福岡県）
熊本鶴屋店（熊本県）
山形屋（鹿児島県）

※2026年3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



*1 2026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 2026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

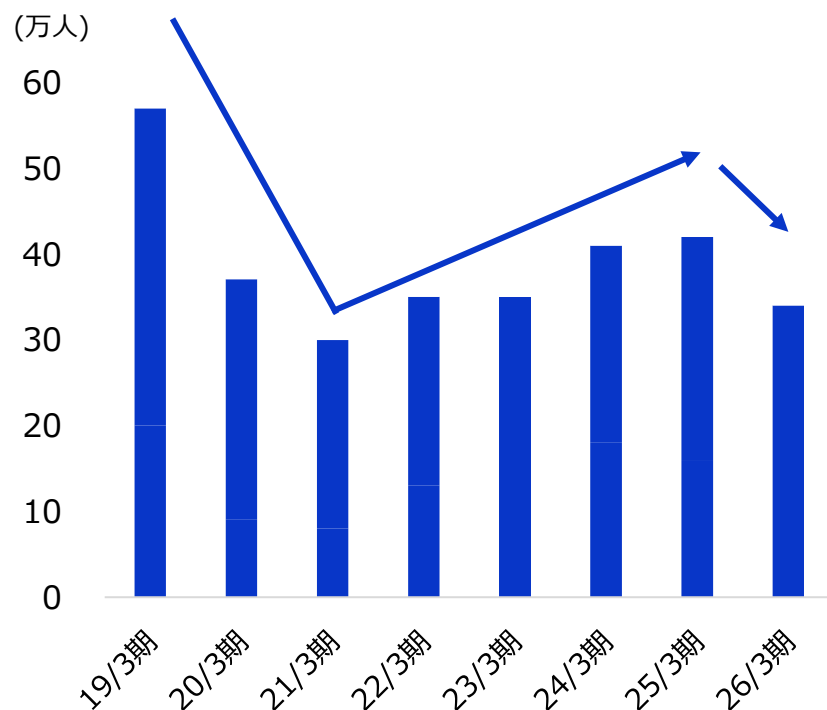


*¹ 2026年3月期末実績

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、22/3期以降は成長トレンド。26/3期は収益性改善のため、広告投資を抑制したことにより減少
- 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



*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）

(株)ハルメクよりお求めやすい価格帯の商品を品ぞろえ



- 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



事業紹介：先行投資

- 先行投資事業は、HALMEK upを中心に投資を実施

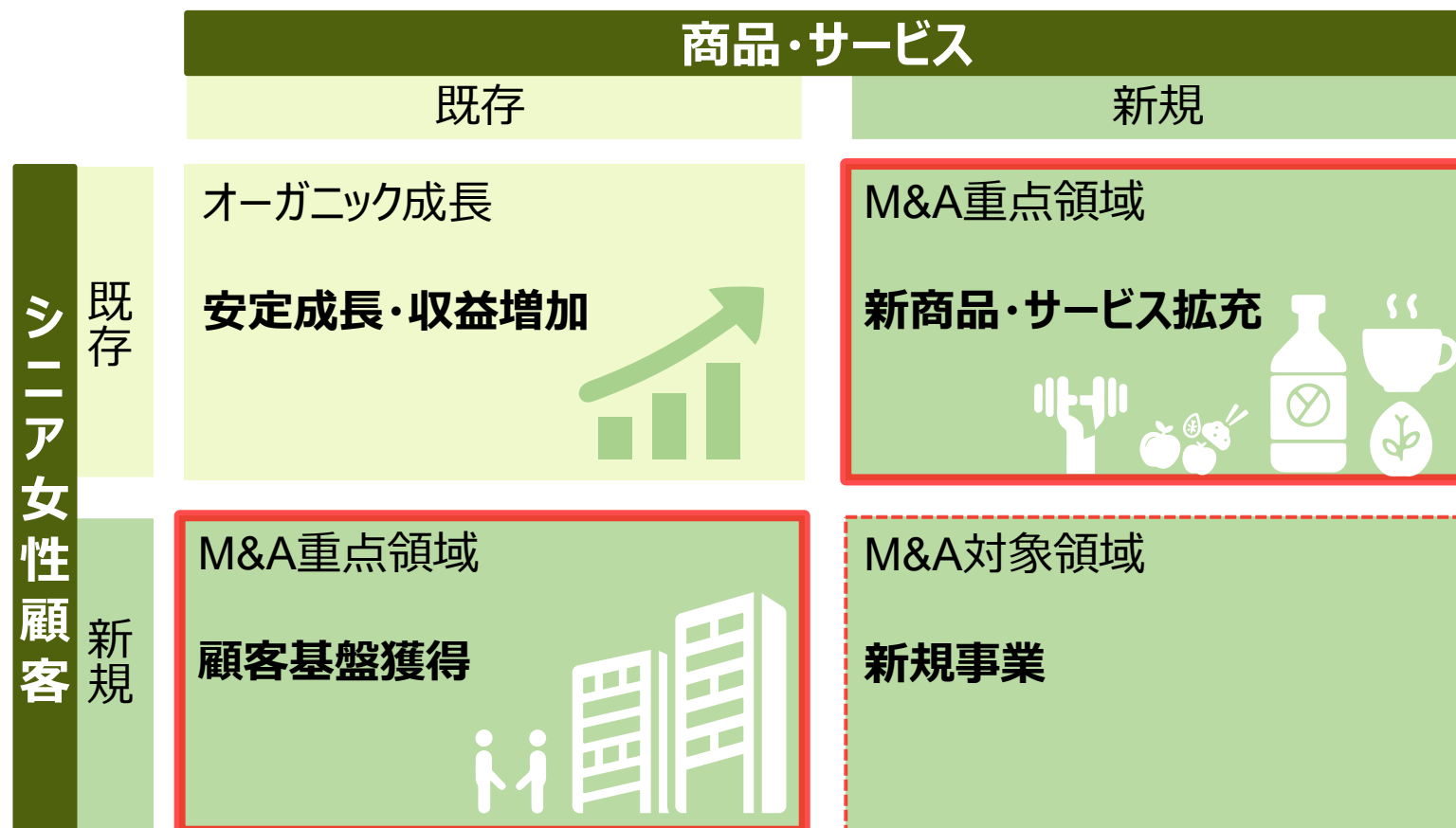
情報コンテンツ（WEB）

— HALMEK up



ご参考：M&Aに取り組んでいる（重点領域）

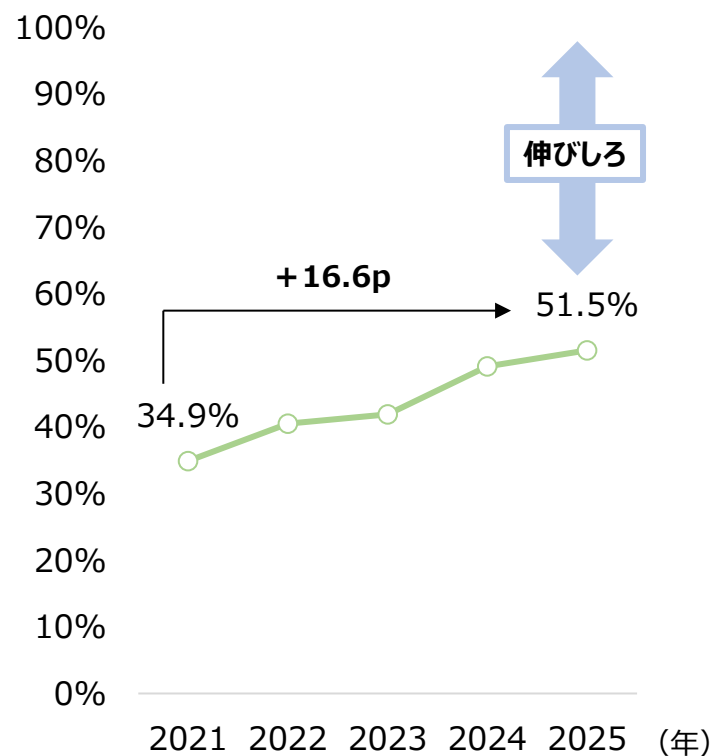
- 既存顧客に新たな商品・サービスを提供できる企業
- 既存の商品・サービスを提供できるような顧客基盤を持つ企業



ご参考：ハルメクブランドの認知率

- ハルメクブランドの浸透率は51.5%と2021年と比較し、16.6p増加
- まだ、ハルメクをご存知の方は半分しかおらず、伸びしろがあります

ハルメクブランドの認知率



(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

会社概要

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	2,098百万円
財務情報*1 26年3月期 (連結ベース)	売上収益 : 338.1億円 営業利益 : 17.7億円 当期利益 : 10.5億円
社員数*1 (グループ全体)	417人(男性：130人、女性：287人)、幹部職(課長以上)に占める女性比率：33%
グループ組織図*2	<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)"] B --- G["(株)ヴォーグ学園"] B --- H["(株)ジャパンホーム保険サービス"] </pre>

*1 2026年3月31日時点

*2 2026年5月1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、保証していません。



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