



## 2024年2月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2023年7月14日

上場会社名 株式会社北の達人コーポレーション 上場取引所 東 札  
コード番号 2930 URL <https://www.kitanotatsujin.com>  
代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 木下 勝寿  
問合せ先責任者 (役職名) 常務取締役管理部長 (氏名) 工藤 貴史 TEL 050-2018-6578 (直通)  
四半期報告書提出予定日 2023年7月14日 配当支払開始予定日 -  
四半期決算補足説明資料作成の有無：有  
四半期決算説明会開催の有無：有（当社ウェブサイトに決算説明動画を掲載）

(百万円未満切捨て)

### 1. 2024年2月期第1四半期の連結業績（2023年3月1日～2023年5月31日）

#### (1) 連結経営成績（累計）

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2024年2月期第1四半期	3,931	86.9	△26	—	△21	—	△24	—
2023年2月期第1四半期	2,103	—	371	—	385	—	257	—

(注) 包括利益 2024年2月期第1四半期 △24百万円 (—%) 2023年2月期第1四半期 257百万円 (—%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2024年2月期第1四半期	△0.18	—
2023年2月期第1四半期	1.85	—

(注) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を前第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2023年2月期第1四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっております。これにより、対前年同四半期増減率は記載しておりません。

#### (2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2024年2月期第1四半期	8,181	6,082	74.3	43.74
2023年2月期	7,779	6,187	79.5	44.50

(参考) 自己資本 2024年2月期第1四半期 6,082百万円 2023年2月期 6,187百万円

### 2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2023年2月期	—	0.90	—	0.60	1.50
2024年2月期	—	—	—	—	—
2024年2月期(予想)	—	0.90	—	1.20	2.10

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無：無

### 3. 2024年2月期の連結業績予想（2023年3月1日～2024年2月29日）

(%表示は、通期は対前期、四半期は対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属 する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
第2四半期(累計)	7,743	79.7	631	21.0	632	17.1	420	18.4	3.03
通期	15,843	61.2	1,403	175.1	1,405	159.7	937	172.7	6.74

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

※ 注記事項

(1) 当四半期連結累計期間における重要な子会社の異動（連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動）：無

(2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用：有

(注) 詳細は、添付資料P.14「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記(4) 四半期連結財務諸表に関する注記事項(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)」をご覧ください。

(3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
- ② ①以外の会計方針の変更 : 無
- ③ 会計上の見積りの変更 : 無
- ④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2024年2月期1Q	141,072,000株	2023年2月期	141,072,000株
② 期末自己株式数	2024年2月期1Q	2,018,048株	2023年2月期	2,018,048株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2024年2月期1Q	139,053,952株	2023年2月期1Q	138,989,000株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

(将来に関する記述等についてのご注意)

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用に当たっての注意事項等については、添付資料P.9「1. 当四半期決算に関する定性的情報(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

(四半期決算補足説明資料の入手方法)

四半期決算補足説明資料はT D n e t で同日開示しております。あわせて、当社ウェブサイトにも掲載しております。

(決算説明動画の入手方法)

決算説明動画は当社ウェブサイトにも同日掲載しております。

(参考)

2024年2月期の個別業績予想 (2023年3月1日~2024年2月29日)

(%表示は、通期は対前期、四半期は対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
第2四半期 (累計)	7,150	90.3	642	21.8	623	10.6	425	11.2	3.06
通期	14,617	67.5	1,406	170.1	1,378	136.9	941	135.7	6.77

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報 .....	2
(1) 経営成績に関する説明 .....	2
(2) 財政状態に関する説明 .....	9
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明 .....	9
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記 .....	10
(1) 四半期連結貸借対照表 .....	10
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書 .....	11
四半期連結損益計算書	
第1四半期連結累計期間 .....	11
四半期連結包括利益計算書	
第1四半期連結累計期間 .....	12
(3) 四半期連結キャッシュ・フロー計算書 .....	13
(4) 四半期連結財務諸表に関する注記事項 .....	14
(継続企業の前提に関する注記) .....	14
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記) .....	14
(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用) .....	14
(セグメント情報等) .....	14

## 1. 当四半期決算に関する定性的情報

### （1）経営成績に関する説明

当第1四半期連結累計期間における我が国経済は、新型コロナウイルス感染症の法的位置づけが5類へと移行されたことで経済活動の本格的な再開が加速した一方、エネルギーや原材料価格の上昇、供給面での制約、円安・ドル高、金融資本市場の変動等により、景気の先行きについては不透明な状況が続いております。

当社グループの主要市場であるEC市場におきましては、2022年8月12日に経済産業省が公表した「令和3年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」によれば、2021年の日本国内における物販系分野のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は13.2兆円（前年比8.6%増）まで拡大し、引き続き大きな成長を示しております。

このような環境のもと、当社グループは、ミッションとして掲げる「びっくりするほど良い商品で、世界のQOLを1%上げる」の実現に向け、自社オリジナルブランドの健康美容商品や美容家電等を販売する主要事業「ヘルス&ビューティーケア関連事業」において、人員の増員、組織力強化及び複数の販促施策を展開し、特に主要ブランドである「北の快適工房」での新規顧客獲得人数の増加を図りました。さらに、連結子会社である株式会社SALONMOONのオリジナルヘアケアブランド「SALONMOON」では新商品の複数リリースや大手バラエティショップへの出品準備等を通じ業績拡大に取り組んでおります。これらに続く新たなブランドも順調に拡大を見せており、こうした各ブランドにおける好調な新規集客により、四半期連結会計期間の売上高が創業以来の過去最高を記録し順調な成長を遂げております。また、将来の利益拡大のための先行投資である広告宣伝費を計画的に増加いたしました。

以上の結果、当第1四半期連結累計期間における売上高は3,931,313千円（前年同四半期比86.9%増）、営業損失は26,725千円（前年同四半期は371,579千円の営業利益）、経常損失は21,254千円（同385,278千円の経常利益）、親会社株主に帰属する四半期純損失は24,835千円（同257,551千円の親会社株主に帰属する四半期純利益）となりました。

セグメント別、ブランド別の売上高は下記のとおりであります。当社グループは、ヘルス&ビューティーケア関連事業を主要な事業としており、他の事業セグメントの重要性が乏しいため、セグメント情報の記載を省略しております。

（千円）

セグメント	ブランド	前年同四半期	当第1四半期連結累計期間	前年同四半期比
ヘルス&ビューティーケア 関連事業	北の快適工房	1,845,801	3,558,776	+92.8%
	SALONMOON	138,450	226,871	+63.9%
	その他	3,143	37,506	+1093.3%
その他	—	116,481	108,159	△7.1%
合計		2,103,877	3,931,313	+86.9%

なお、「北の快適工房」及び「その他ブランド」から構成される当第1四半期累計期間における個別業績に关しましては、売上高は3,596,347千円（前年同四半期比94.5%増）、営業損失は38,224千円（前年同四半期は373,732千円の営業利益）、経常損失は32,733千円（同392,602千円の経常利益）、四半期純損失は24,768千円（同268,049千円の四半期純利益）となりました。当社の連結業績は個別業績が占める割合が大きいため、以下では個別業績の詳細な経営成績の説明を行います。また、当第1四半期連結累計期間においてセグメント間取引等が発生しておりますが、その金額は軽微であるため、以下の各ブランドの数値はセグメント間取引消去等の調整を行わず実額にて記載しております。

#### 個別業績を構成するブランド

当社の個別業績は「北の快適工房」と「その他ブランド」から構成されます。なお、「SALONMOON」は連結子会社である株式会社SALONMOONのブランドであり、連結業績を構成しているものの個別業績には含まれません。

オリジナルブランドである「北の快適工房」では、顧客ニーズに対して具体的に効果を体感しやすい化粧品や健康食品等を、主にインターネット上で一般消費者向けに販売しております。「びっくりするほど良い商品ができた時にしか発売しない」という方針のもと、学術的データだけでなく、モニター検証による実感度を重要視した厳しい開発基準を設け、高品質な商品を取り扱っております。40代以降の男女が主な顧客層であり、基本的には商品が一箇月で使い切る設計で開発されております。売上の約7割が定期顧客によって支えられており、継続的に購入していただけることで安定成長する収益構造を実現しております。

また、「北の快適工房」に続く主力ブランドの創出のため、新規事業企画室を設置し、同室発のブランドを「その他ブランド」として計上しております。優れた事業プランを有し、かつ起業への熱い思いを持った人材を複数名採用し、新たなブランドやD2C事業を立ち上げていくためのプログラムであります。なかでも、2021年10月に立ち上げたニコチン・タールが一切含まれず、副流煙も発生させない電子タバコを取り扱うブランド『SPADE』が同ブ

ランドを牽引しております。『SPADE』はインターネット上でのみ販売しており、同じく定期購入型のビジネスモデルであります。

業績予想との比較

当第1四半期累計期間における個別業績の業績予想との比較は、下記のとおりであります。

（千円）

	業績予想	実績	増減額
売上高	3,554,631	3,596,347	+41,715
売上総利益	2,727,332	2,752,540	+25,207
販売促進費等	1,758,197	2,128,215	+370,018
販売利益	969,135	624,324	△344,810
営業利益	304,662	△38,224	△342,886

当社では、広告の投資効率を一目で可視化できるようにするため、独自の管理会計を行っております。上記の表では、当社の事業の状況をより正確に説明するため、管理会計上の利益管理数値である「販売利益」を使用しております。

販売利益は、売上総利益から販売促進費等を差し引いた金額となります。販売促進費等とは、注文連動費（カード決済手数料、送料、梱包資材費、同封物及び付属品等、注文に応じて必ず発生するコスト）及び新規獲得費（当社の場合、ほとんどが広告宣伝費）から構成されます。注文連動費は全体売上高に対して基本的に一定の割合で推移しますが新規獲得費は新規集客の増減により割合が変動するため、販売利益は新規獲得状況の影響を大きく受けます。また、販売利益から人件費や家賃等の総運営費を差し引いたものが財務会計上の「営業利益」となります。

当第1四半期累計期間においては、営業利益が業績予想を342,886千円下回る△38,224千円となりましたが、この要因は、販売利益が業績予想を344,810千円下回る624,324千円となったこととあります。総運営費は想定どおりに推移しているため、販売利益の差異が営業利益の業績予想未達の主な要因となっております。

なお、販売利益までの「北の快適工房」及び「その他ブランド」の内訳は下記のとおりであります。

（千円）

	北の快適工房			その他ブランド		
	業績予想	実績	増減額	業績予想	実績	増減額
売上高	3,510,525	3,558,780	+48,255	44,106	37,566	△6,539
売上総利益	2,702,265	2,731,971	+29,705	25,066	20,569	△4,497
販売促進費等	1,715,935	2,032,052	+316,117	42,262	96,162	+53,900
販売利益	986,330	699,918	△286,412	△17,195	△75,593	△58,398

「北の快適工房」における販売利益の業績予想差異要因

（千円）

	業績予想	実績	増減額
売上高	3,510,525	3,558,780	+48,255
①発送遅延			
売上高	320,731	188,084	△132,647
売上総利益	246,886	144,386	△102,499
販売促進費等	19,209	18,386	△822
販売利益	227,676	125,999	△101,676
②定期及びその他			
売上高	2,289,794	2,297,683	+7,889
売上総利益	1,762,594	1,763,863	+1,269
販売促進費等	137,143	143,329	+6,185
販売利益	1,625,450	1,620,534	△4,916
③新規獲得			
売上高	900,000	1,073,013	+173,013
売上総利益	692,784	823,720	+130,935
販売促進費等	1,559,581	1,870,336	+310,754
販売利益	△866,796	△1,046,615	△179,818
ROAS（注1）	59.8%	60.8%	—
販売利益	986,330	699,918	△286,412

①発送遅延

前事業年度において、一部商品における販促活動が好調だったことで注文が殺到したため、受注済みであるものの製造が追いつかず発送までに数箇月待ちとなっておりましたが、当第1四半期会計期間にて、遅延が解消しお待たせしていた全てのお客様に商品を発送しております。ただし、当該遅延解消による売上高の計上額を見誤っており、当第1四半期累計期間における業績予想へ過大に織り込んでおりました。これにより、発送遅延による販売利益が予想を101,676千円下回ることとなりました。

②定期及びその他

定期及びその他とは、既存のお客様によるリピート購入、定期購入等となっております。販売利益は予想を4,916千円下回りましたが、影響額としては軽微であります。

③新規獲得

当第1四半期累計期間において新規顧客の獲得が好調であったため、想定を上回る新規獲得費を投資しました。それにより、売上高は業績予想を19.2%（173,013千円）上回る1,073,013千円となりました。売上増により売上総利益が130,935千円増加しましたが、販売促進費等の増加額310,754千円との差額である179,818千円が販売利益の業績予想を下回った金額となります。

定期購入モデルにおいては、広告投資と採算が合うまでには一定のタイムラグが生じるため、投資直後の新規獲得における販売利益はマイナスとなり、そのマイナス分が増加いたしました。なお、新規獲得費を増やしたものの、ROASは当初の想定59.8%からほぼ変わらない60.8%であり、広告投資効率は維持したまま先行投資を拡大できているというポジティブな状態であります。

以上、3点の合計が286,412千円となり、「北の快適工房」において販売利益が業績予想を下回った要因となります。

「その他ブランド」における販売利益の業績予想未達要因

当第1四半期累計期間においては、『SPADE』が軌道に乗りはじめており、今後の新たな収益の柱となることが期待されます。デバイス等のリニューアル、電子タバコ関連商材の出稿がNGだった大型の広告媒体で出稿が解禁されたこと、かねてから出稿していた広告媒体にてノウハウの蓄積により投資効率の改善が見られたこと等により、新規の獲得が当初の想定を大きく上回っております。

デバイスのリニューアルは、大手電子タバコメーカーのデバイス製造を担っている企業との共同開発により、製造にかかるリードタイムの大幅な短縮や原価率改善等の効果が期待されます。当該デバイスの納品及びお客様への発送は当初2023年5月を予定しておりましたが、2023年6月以降に延期となりました。機会ロスを防ぐため、当第1四半期累計期間においては予約販売として注文を受け付けたことにより、本来であれば当第1四半期累計期間に計上されるはずだった売上高が計上されていない一方で、広告宣伝費は先行して計上されているため、販売利益は業績予想を大きく下回ることとなりました。

なお、ヘルス&ビューティーケア関連事業における主要ブランド別の詳細な事業の状況は以下のとおりであります。

（北の快適工房）

広告宣伝費の投資額の推移

当第1四半期連結累計期間における広告宣伝費の投資額の推移は、下記のとおりであります。

月次	22年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年 1月	2月	3月	4月	5月
広告宣伝費 (百万円)	120	133	158	198	221	242	236	328	325	410	553	485	544	617	601

なお、広告宣伝費のほとんどが「自社広告による獲得」によるものですが、当第1四半期連結累計期間は前年同四半期と同水準の投資効率を維持しながら広告投資を4倍以上にまで拡大できております。詳細は、後述の「自社広告による獲得の投資効率」をご覧ください。

各指標の開示方法及び開示区分について

「北の快適工房」における主な獲得チャネルは、当社が独自に運営するECサイト経由の「自社サイト等（注2）」とAmazonや楽天市場等の「ECモール」となります。当第1四半期連結累計期間における売上高のうち、約90%が自社サイト等によるものです。自社サイト等は、先行する広告投資により、初回収支はマイナスになりますが、継続的に購入されることで収支がプラスになる定期購入型のビジネスモデルであり、将来の定期売上の源泉となる「新規顧客獲得人数」が重要な指標となります。一方、ECモールは、一度の購入で収支をプラスとする単品買

い切り型のビジネスモデルであり、同指標の重要性は高くありません。収益化の仕組みが根本的に異なるモデルであるため、当第1四半期連結累計期間より別掲のうえ記載しております。

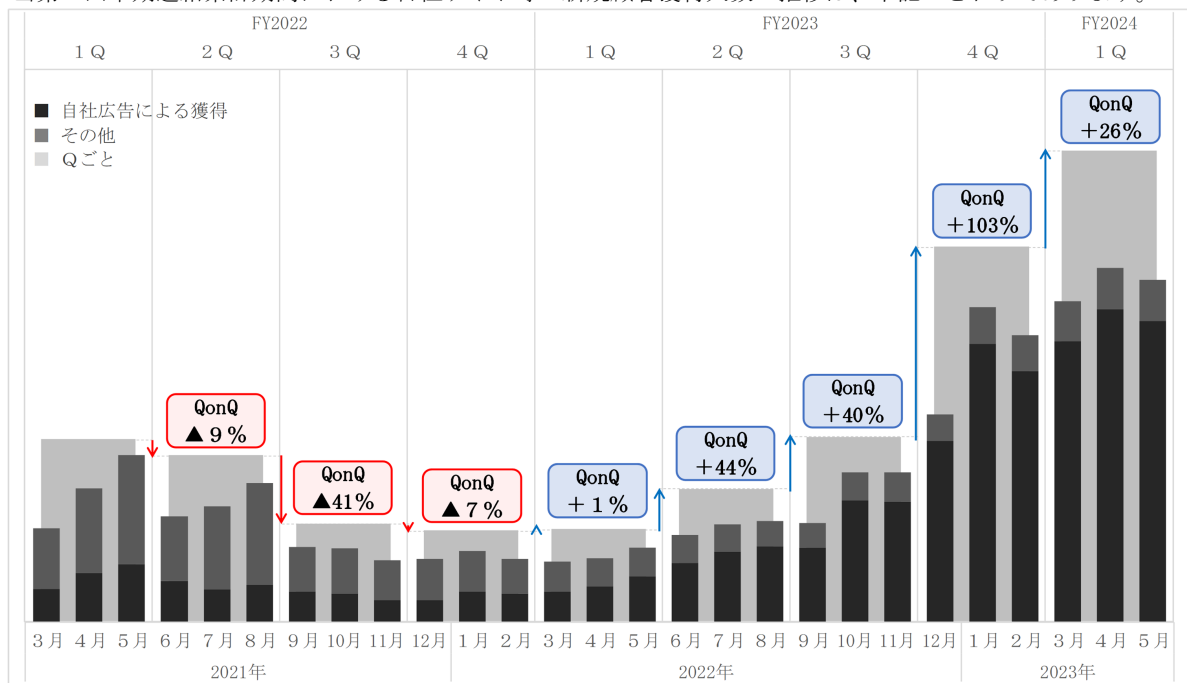
また、「自社サイト等」は、「自社広告による獲得」と、アフィリエイト経由等の獲得である「その他」から構成されますが、自社広告による獲得構成比が高くなってきたこと及び当社における投資効率を正確に計るため、広告投資効率指標においては自社広告による獲得のみの数値を記載しております。

なお、前連結会計年度以前における各指標は、遡及して新たな基準で計測したものを記載しております。



### 自社サイト等の新規顧客獲得人数推移

当第1四半期連結累計期間における自社サイト等の新規顧客獲得人数の推移は、下記のとおりであります。



当第1四半期連結累計期間における自社サイト等の新規顧客獲得人数は前年同四半期比411%増、直前四半期連結会計期間との比較では26%増にまで拡大しております。

前連結会計年度において実現したクリエイティブ部門及び広告運用部門のスキルアップによる集客部門全体の底上げや、新たに開始した施策等が好調だったことで、自社広告での獲得が拡大しており、特に2023年4月度の月間新規顧客獲得人数においては、当社創業以来の過去最高を更新しております。定期会員数も順調に増加しており、2023年5月末の定期会員数も同じく過去最高を記録しております。これにより増加している顧客からの問い合わせや商品発送に対応するため、自社に常設しているコールセンター施設の増設、応答率アップのための各種施策の実施、物流拠点の増設に向けた準備等を行いました。

### 自社広告による獲得の投資効率

採算性を度外視し広告投資を拡大すれば必ず新規顧客獲得人数は増加するため、広告投資効率の指標であるROASを注視することが必要となります。なお、前連結会計年度までは広告投資に対してどれだけの初回売上があったかを計る「初回ROAS」を記載しておりましたが、同指標では「商品単価は低いが、LTV(注3)が高く上限CPO(注4)を高く設定できる商品」の新規獲得比率が増加した場合、収益性が悪化したわけではないにもかかわらずROAS数値は低下するため、投資効率を正しく表せていない場合があります。

継続購入を前提とする定期購入モデルの広告投資効率ではこれらを加味する必要があるため、当第1四半期連結累計期間より広告投資に対して1年間でどれだけの売上を見込んでいるかを計る「1年ROAS(注5)」を記載いた

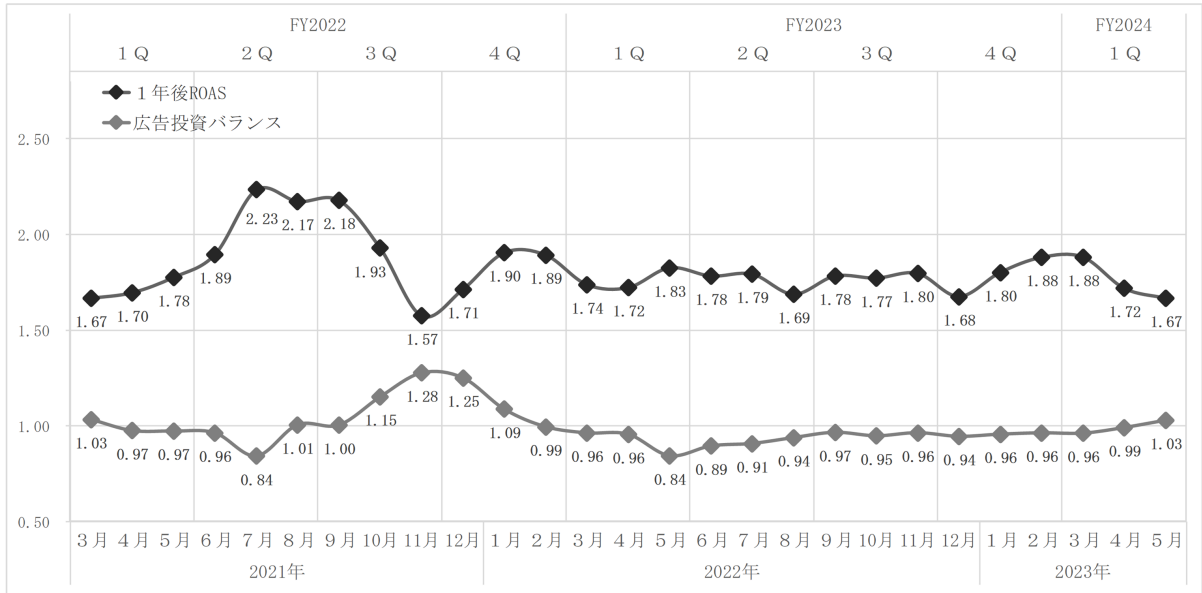


します。1年間の売上は、過去の実績やリピート率等のデータからシミュレーションした予測値ですが、実際の広告運用においても同予測を用いて上限CPOを設定しております。

従来：初回売上(実績) ÷ 広告宣伝費(実績) → 変更：1年売上(予測) ÷ 広告宣伝費(実績)

ただし、1年ROASには最適値という概念が存在しないため、広告の機会ロス及び採算割れチェックを行う指標である広告投資バランス(注6)にも注視する必要があります。広告投資バランスが1.00を下回っている場合は、実績CPOが上限CPOを下回っており広告投資における機会損失が生じている状態、逆に1.00を超過した場合は、実績CPOが上限CPOを上回っており過剰に投資している状態です。

当第1四半期連結累計期間の自社広告による獲得の投資効率は下記のとおりであります。



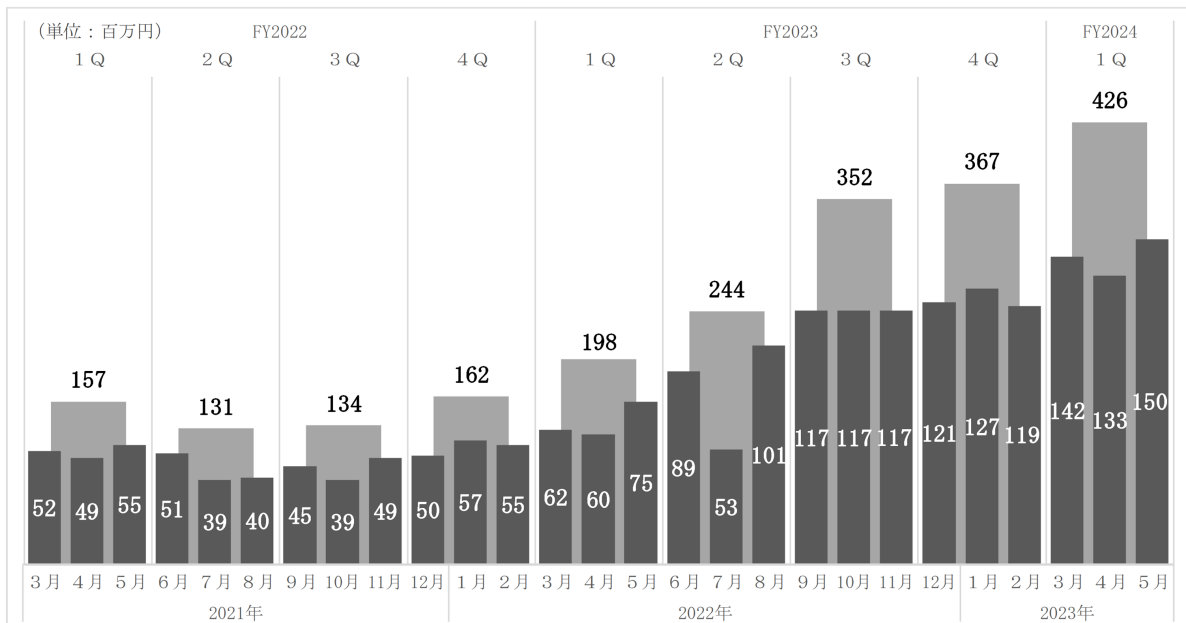
2022年2月期においては、イレギュラーな事象による一時的な変動(注7)があったものの、2023年2月期以降は一定の水準で推移しております。

当第1四半期連結累計期間である2023年3月度及び4月度は、最適値である広告投資バランス1.00を超過することなく新規顧客獲得人数が増加しております。一方、2023年5月度の広告投資バランスは最適値である1.00を超過しております。これは、クリエイティブ部門によって新しい切り口の販売ページを新規作成し、多数の検証テストを行ったため、採算の合わない広告宣伝費が一時的に増加したことによる計画的なものです。

今後も、最適な広告投資バランスである1.00を維持したまま新規顧客獲得人数の拡大を行ってまいります。

ECモールの売上高推移

当第1四半期連結累計期間におけるECモールの売上高推移は、下記のとおりであります。



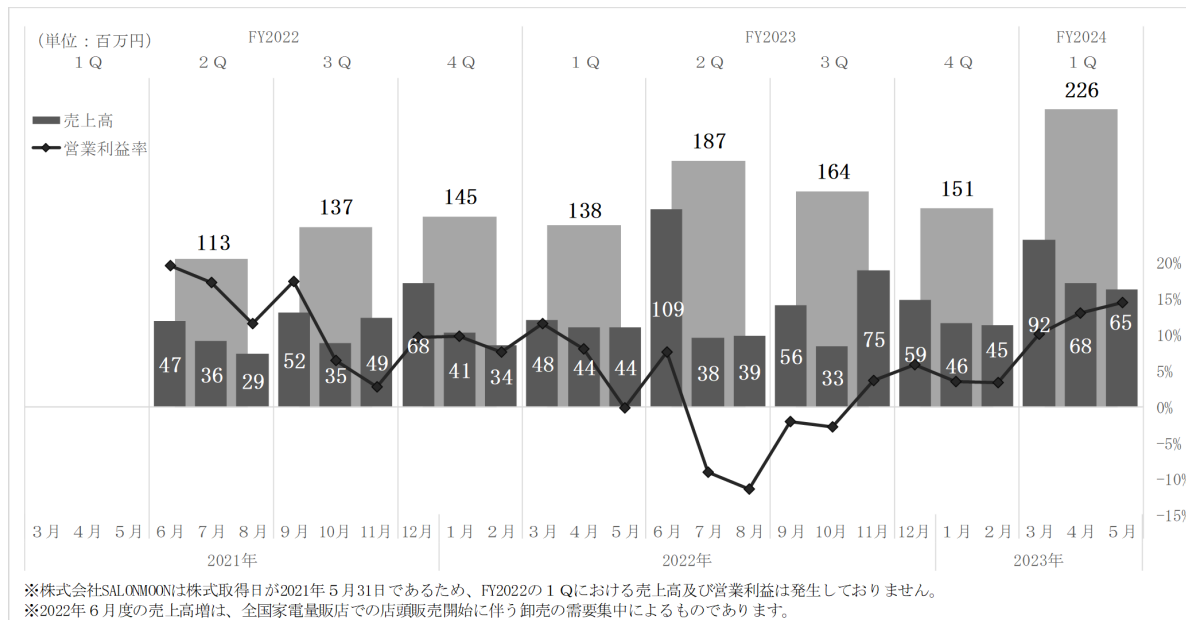
当社では、成長市場であるECモール商圏を積極的に取り込むべく、専任者を複数名配置しECモールの拡大に取り組んでおります。当第1四半期連結累計期間においても、引き続きECモールに特化した販促活動やクリエイティブ

の制作及び広告最適化、各ECモールにおけるセールへ参加したほか、ECモール専売品の拡大にも努めております。

こうした結果、楽天市場では2023年5月に過去最高月商を記録し、当第1四半期連結累計期間におけるECモール全体の売上高も同じく過去最高を記録しております。今後も継続してさらなる売上拡大に取り組んでまいります。

(SALONMOON)

当第1四半期連結累計期間におけるSALONMOONの売上高推移は、下記のとおりであります。



当社の連結子会社である株式会社SALONMOONのオリジナルヘアケアブランド「SALONMOON」では、機能性に優れたヘアアイロン等をお手頃な価格で提供しております。20代から40代の女性が主な顧客層であり、ECモールを中心に展開しているほか、全国の家電量販店での店頭販売も行っております。

当第1四半期連結累計期間においては、Amazon、楽天市場やQoo10等の主力ECモール拡大のための販促施策を行ったほか、新商品のリリースにも注力いたしました。

各ECモールにおいて、検索エンジン最適化のための緻密な広告運用施策を行ったほか、特性やユーザー層を改めて分析のうえ最適なクリエイティブをECモールごとに作成、キャッシュバック施策等の独自キャンペーンも実施いたしました。また、商品ラインナップの拡充により新たな顧客層を取り込むべく、新商品やシリーズ品のリリースも精力的に行っており、「SALONMOON」ヘアアイロンシリーズの累計出荷台数は78万台を突破する等、順調に拡大しております。

なお、当第1四半期連結会計期間末後の2023年6月より大手バラエティショップ「ロフト」様での店頭販売を開始しており、より一層のブランド価値及びブランド認知度の向上を図ってまいります。

以上の結果、当第1四半期連結累計期間における「SALONMOON」の売上高は226,871千円（前年同四半期比63.9%増）となりました。なお、2023年2月期においては、記録的な円安の進行や原材料及び輸送費等の相次ぐ値上げによる仕入れ価格の高騰等により営業損失を計上する期間も発生しましたが、販売価格の改定、輸入効率や在庫保管効率の改善を通じたコスト削減等を実施したことで、当第1四半期連結累計期間は従来の営業利益率の水準を維持しながら売上高を拡大できております。

(注1) ROAS

Return On Advertising Spendの略。広告出稿に対してどれだけ売上があったか成果を計る広告投資効率の指標で、ここでは「新規獲得による売上高」と販売促進費等のうち「新規獲得費」を用いて算定。100万円を新規獲得に使用し、90万円の売上が発生した場合のROASは0.90(90.0%)。1.00以下の場合、初回購入時の収支はマイナスだが、定期購入の場合は、継続的に購入されることで収支がプラスになる。

(注2) 自社サイト等

当社が独自に運営するECサイトからの新規獲得(一部電話注文等を含む)。ECモール以外は全て自社サイト等に含まれる。

(注3) LTV

Life Time Valueの略で、顧客がもたらす生涯売上高の金額。1年LTVは、顧客が1年間でもたらす売上高の金額。

(注4) 上限CPO

新規顧客獲得1人あたりに要する広告宣伝費の金額である「CPO (Cost Per Order)」と、顧客が将来もたらす「LTV」の予測額との関連性を用いた、必要利益から逆算した新規顧客獲得1人あたりに使用可能な広告宣伝費の上限額。

(注5) 1年ROAS

広告出稿に対して1年間でどれだけの上売を見込んでいるかの予測として使用。100万円を広告出稿に使用し、150万円の売上を見込んでいる場合の1年ROASは1.50。

(注6) 広告投資バランス

広告の機会ロス、採算割れを計る独自の指標。上限CPOに対してどの程度のCPOで獲得ができたのかを表す。広告投資が1.00を下回れば機会ロス、1.00を上回れば過剰投資、1.00が最適値となる。上限CPOの設定が10,000円、CPOの実績が9,000円だった場合の広告投資バランスは0.90。

(注7) 広告投資効率の一時的な変動

2022年2月期において、アフィリエイト等での新規獲得が好調だったことで商品の認知度が向上し、これにより自社広告による獲得の効率性の向上へと繋がり、1年後ROASが一時的に引き上がった。また、新商品を同時期に複数リリースしたことで検証のために採算の合わない広告宣伝費が増加し、広告投資バランスが最適値である1.00を大きく上回る期間が発生。ただし、これらは一時的かつイレギュラーな事象であった。

（2）財政状態に関する説明

①資産、負債及び純資産の状況

（資産）

当第1四半期連結会計期間末における資産合計は、前連結会計年度末と比較して401,661千円増加し、8,181,136千円となりました。この主な要因は、受取手形、売掛金及び契約資産が330,944千円、棚卸資産が660,288千円増加した一方で、現金及び預金が650,615千円減少したこと等によるものであります。

（負債）

当第1四半期連結会計期間末における負債合計は、前連結会計年度末と比較して506,939千円増加し、2,099,122千円となりました。この主な要因は、買掛金が188,472千円、未払金が279,948千円増加したこと等によるものであります。

（純資産）

当第1四半期連結会計期間末における純資産合計は、前連結会計年度末と比較して105,277千円減少し、6,082,013千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が108,267千円減少したこと等によるものであります。

②キャッシュ・フローの状況

当第1四半期連結会計期間末における現金及び現金同等物（以下「資金」という。）は、前連結会計年度末に比べ650,615千円減少し、4,177,425千円となりました。

当第1四半期連結累計期間における各キャッシュ・フローの状況とそれらの主な要因は次のとおりであります。

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

当第1四半期連結累計期間において営業活動の結果減少した資金は、563,781千円（前年同期は9,319千円の増加）となりました。この主な要因は、仕入債務の増加188,472千円、未払金の増加268,021千円が生じた一方で、売上債権の増加330,944千円、棚卸資産の増加660,288千円が生じたこと等によるものであります。

（投資活動によるキャッシュ・フロー）

当第1四半期連結累計期間において投資活動の結果減少した資金は、4,617千円（前年同期は77,448千円の減少）となりました。この主な要因は、有形固定資産の取得による支出4,282千円が生じたこと等によるものであります。

（財務活動によるキャッシュ・フロー）

当第1四半期連結累計期間において財務活動の結果減少した資金は、83,644千円（前年同期は213,709千円の減少）となりました。この主な要因は、配当金の支払額79,531千円が生じたこと等によるものであります。

（3）連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

2024年2月期の業績予想につきましては、2023年4月14日の決算短信で公表いたしました連結・個別業績予想に変更はございません。

当第1四半期連結累計期間において、ヘルス&ビューティーケア関連事業の主要ブランドである「北の快適工房」での新規顧客の獲得が想定を上回りました。その一方で、当第1四半期連結累計期間の後半にかけてクリエイティブ部門での計画的なリソース配分により、新規顧客獲得の増加を制限しているため、現時点では業績予想の修正は不要と判断しております。

なお、前連結会計年度より実施した新施策において、新規顧客獲得1人当たりの生涯獲得売上であるLTVが想定を下回るリスクを有しておりますが、発送遅延が生じたため現時点では正確な計測を行うことができておりません。当該商品のLTVが想定を下回った場合、施策の見直しを行うこととなり、業績に影響を与える場合がございます。

新規獲得状況や新施策によるLTVの変化が今後の業績へ与える影響について慎重に見極め、修正の必要が生じた場合には、速やかに開示いたします。

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(1) 四半期連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2023年2月28日)	当第1四半期連結会計期間 (2023年5月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	4,828,041	4,177,425
受取手形、売掛金及び契約資産	680,960	1,011,905
商品及び製品	846,138	1,506,143
仕掛品	17,556	17,625
原材料及び貯蔵品	95,157	95,372
その他	524,017	595,420
貸倒引当金	△6	△7
流動資産合計	6,991,865	7,403,884
固定資産		
有形固定資産	232,495	232,930
無形固定資産		
のれん	214,293	197,809
その他	38,066	36,274
無形固定資産合計	252,360	234,084
投資その他の資産	302,753	310,236
固定資産合計	787,609	777,251
資産合計	7,779,475	8,181,136
<b>負債の部</b>		
流動負債		
買掛金	394,863	583,335
未払金	821,954	1,101,903
未払法人税等	3,390	17,419
株主優待引当金	51,492	51,492
資産除去債務	2,000	—
その他	101,992	131,707
流動負債合計	1,375,693	1,885,858
固定負債		
役員退職慰労引当金	3,712	3,982
退職給付に係る負債	15,035	15,386
資産除去債務	152,603	152,649
その他	45,137	41,245
固定負債合計	216,489	213,264
負債合計	1,592,183	2,099,122
<b>純資産の部</b>		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	255,901	258,891
利益剰余金	6,074,934	5,966,666
自己株式	△417,536	△417,536
株主資本合計	6,187,291	6,082,013
非支配株主持分	—	—
純資産合計	6,187,291	6,082,013
負債純資産合計	7,779,475	8,181,136

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

(四半期連結損益計算書)

(第1四半期連結累計期間)

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年5月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年5月31日)
売上高	2,103,877	3,931,313
売上原価	528,251	1,025,682
売上総利益	1,575,625	2,905,631
販売費及び一般管理費	1,204,046	2,932,357
営業利益又は営業損失(△)	371,579	△26,725
営業外収益		
受取利息	22	21
為替差益	5,477	1,431
受取弁済金	369	1,040
サンプル売却収入	3,948	324
印税収入	631	2,825
固定資産受贈益	3,600	—
その他	209	211
営業外収益合計	14,258	5,855
営業外費用		
支払利息	558	383
その他	0	0
営業外費用合計	559	384
経常利益又は経常損失(△)	385,278	△21,254
特別損失		
固定資産売却損	—	358
特別損失合計	—	358
税金等調整前四半期純利益又は 税金等調整前四半期純損失(△)	385,278	△21,613
法人税等	127,727	3,222
四半期純利益又は四半期純損失(△)	257,551	△24,835
非支配株主に帰属する四半期純利益	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益又は 親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	257,551	△24,835

(四半期連結包括利益計算書)  
(第1四半期連結累計期間)

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年5月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年5月31日)
四半期純利益又は四半期純損失 (△)	257,551	△24,835
四半期包括利益	257,551	△24,835
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	257,551	△24,835
非支配株主に係る四半期包括利益	—	—

（3）四半期連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：千円）

	前第1四半期連結累計期間 （自 2022年3月1日 至 2022年5月31日）	当第1四半期連結累計期間 （自 2023年3月1日 至 2023年5月31日）
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税金等調整前四半期純利益又は 税金等調整前四半期純損失（△）	385,278	△21,613
減価償却費	23,721	11,566
のれん償却額	16,484	16,484
固定資産除売却損益（△は益）	—	358
貸倒引当金の増減額（△は減少）	△66	1
株主優待引当金の増減額（△は減少）	△57,913	—
役員退職慰労引当金の増減額（△は減少）	△4,962	270
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	565	350
為替差損益（△は益）	△5,074	△1,434
受取利息及び受取配当金	△22	△21
支払利息	558	383
売上債権の増減額（△は増加）	△578	△330,944
棚卸資産の増減額（△は増加）	24,776	△660,288
仕入債務の増減額（△は減少）	△63,756	188,472
未払金の増減額（△は減少）	98,028	268,021
その他	△57,844	△39,260
小計	359,195	△567,655
利息及び配当金の受取額	22	21
利息の支払額	△558	△383
損害賠償金の受取額	82,262	—
法人税等の支払額又は還付額（△は支払）	△431,602	4,236
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>9,319</b>	<b>△563,781</b>
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産の取得による支出	△394	△4,282
無形固定資産の取得による支出	△383	△265
差入保証金の差入による支出	△76,702	△310
差入保証金の回収による収入	33	289
資産除去債務の履行による支出	—	△48
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△77,448</b>	<b>△4,617</b>
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
リース債務の返済による支出	△3,948	△4,112
配当金の支払額	△209,760	△79,531
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△213,709</b>	<b>△83,644</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	5,045	1,427
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△276,792	△650,615
現金及び現金同等物の期首残高	5,210,952	4,828,041
現金及び現金同等物の四半期末残高	4,934,159	4,177,425



(4) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)

(税金費用の計算)

税金費用につきましては、当第1四半期連結会計期間を含む連結会計年度の税引前当期純利益に対する税効果会計適用後の実効税率を合理的に見積り、税引前四半期純利益又は税引前四半期純損失に当該見積実効税率を乗じて計算しております。ただし、当該見積実効税率を用いて税金費用を計算すると著しく合理性を欠く結果となる場合には、法定実効税率を使用する方法によっております。

なお、法人税等調整額は、法人税等を含めて表示しております。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

I 前第1四半期連結累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年5月31日)

当社グループは、ヘルス&ビューティーケア関連事業を主要な事業としており、他の事業セグメントの重要性が乏しいため、セグメント情報の記載を省略しております。

II 当第1四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年5月31日)

当社グループは、ヘルス&ビューティーケア関連事業を主要な事業としており、他の事業セグメントの重要性が乏しいため、セグメント情報の記載を省略しております。