



2022年10月31日

各位

会社名 株式会社いつも
 代表者名 代表取締役社長 坂本 守
 (コード番号：7694、東証グロース)
 問合せ先 取締役 CFO コーポレート本部長 杉浦 通之
 (TEL. 03-4580-1365)

特別損失(のれんの減損損失)の計上及び連結業績予想の修正に関するお知らせ

当社グループは、2023年3月期の第2四半期連結累計期間におきまして、特別損失を計上するとともに、最近の業績の動向等も踏まえ2022年5月13日に開示した2023年3月期の連結業績予想を本日の取締役会において下記の通り修正することを決議いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 特別損失の計上について

当社の連結子会社であるいつもコマース株式会社及びいつもコマース株式会社の子会社(以下、いつもコマースグループと称す)においては、2022年3月期に取得した各ブランドののれん償却期間を全て2年間と設定し、ブランド取得以後に早期に収益を伸ばし投資回収する前提での事業計画を策定しておりました。しかし、新型コロナウイルス感染拡大に伴う中国におけるゼロコロナ政策による取り扱い商品の納品遅れが発生し販売機会を消失したこと、円安の影響による仕入れ原価の増加等による外部環境の悪化を踏まえ、今後の事業計画を見直した結果、のれん償却期間で想定されていた収益が見込めなくなったため、当第2四半期連結累計期間において、いつもコマースグループにて取得している事業譲受、株式取得により発生したのれんについて、減損損失225百万円を特別損失に計上することといたしました。

2. 業績予想の修正

(1) 2023年3月期第2四半期(累計)連結業績予想値の修正(2022年4月1日~2022年9月30日)

	売上高	調整後 EBITDA※	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
前回発表予想(A)	百万円 6,889	百万円 94	百万円 △31	百万円 △37	百万円 △26	円 銭 △4.61
今回発表予想(B)	5,534	13	△112	△111	△445	△77.84
増減額(B-A)	△1,355	△81	△80	△73	△419	
増減率	△19.7%	△85.6%	—	—	—	

※調整後 EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+M&Aにかかる取得費用

※当社は2022年3月期第3四半期から連結決算へ移行したため、2022年3月期第2四半期(累計)連結業績の実績はございません。

(2) 2023年3月期通期連結業績予想値の修正 (2022年4月1日～2023年3月31日)

	売上高	調整後 EBITDA※	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
前回発表予想 (A)	百万円 14,345	百万円 417	百万円 156	百万円 146	百万円 101	円 銭 17.85
今回発表予想 (B)	11,718	266	110	90	△305	△53.33
増減額 (B-A)	△2,627	△151	△46	△55	△407	
増減率	△18.3%	△36.3%	△29.8%	△38.1%	—	
(ご参考) 前期実績 (2022年3月期)	11,652	787	604	583	361	64.05

※調整後 EBITDA＝営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋M&A にかかる取得費用

3. 修正の理由

当社は、ToB 向けに EC のコンサルティング・EC 運用支援を行う EC マーケティングサービス (One コマース)、ブランド公式 EC サイトの運営により ToC 向けに EC にて販売を行う EC 事業代行 (協業ブランドパートナー)、自社ブランドを EC にて製造・販売を行うブランドバリューアップ (共創・自創バリューアップ) の各種サービスを提供しております。EC マーケティングサービスにおいて着実に収益を確保しつつ、EC 事業代行における当社の取り扱いブランドの成長により、売上高は、2017 年 12 月期から 2022 年 3 月期までの年間平均成長率 50.3%と非常に高い成長を続けてきました。

しかしながら、当第 2 四半期連結累計期間においては、新型コロナウイルス感染症の対応において行動制限が緩和され、リアルでの活動が活発になっていること、急激な円安、中国におけるゼロコロナ政策に伴う商品供給の不安定化など、当社を取り巻く環境としては想定以上に大きく変化しており、通期の業績予想を見直したところ、2022 年 5 月 13 日に公表した業績予想を下回る見込みとなりました。主な要因は以下のとおりです。

① EC 事業代行

既存取り扱いブランドや前年度に獲得した新規ブランドは堅調に成長している一方で、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化している中で行動制限が順次緩和されたこと、海外情勢に伴い一部商品の仕入れが不安定になったこと等を背景として、一部の取り扱いブランドにおいて販売額が鈍化したことから、第 2 四半期までの EC 事業代行による売上高は当初想定を 18%程度下回る結果となりました。第 2 四半期までの販売状況を踏まえ、通期の業績予想の見直しを行った結果、売上高、売上総利益を見直しております。

② ブランドバリューアップ

いつもコマースグループで取り扱うブランドにおいて、新型コロナウイルス感染拡大に伴う中国におけるゼロコロナ政策による取り扱い商品の納品遅れが発生し販売機会を消失したこと、円安の影響による仕入れ原価の増加等による外部環境の悪化を踏まえ、今後の事業計画を見直した結果、当初想定されていた収益が見込めなくなったことから、売上高、売上総利益を見直しております。

また、上記「1. 特別損失の計上について」に記載しましたとおり、第 2 四半期連結累計期間においていつもコマースグループにて減損損失 225 百万円の計上を行い、いつもコマースグループの事業計画見直しに伴う繰延税金資産の取り崩し 92 百万円が発生しております。

③ 新規事業

EC プラットフォーム事業において、各新規サービスの立ち上げ準備に際して、人材採用等の先行投資を積極的に実施している一方で、上期立ち上げの新サービスの立ち上げが下期以降に遅れているため、売上高等の通期の予測を見直しております。

その他、EC マーケティングサービスについては、概ね当初業績予想通りの進捗となっており、引き続き

順調に推移しております。

このような状況を踏まえ、通期の売上高、調整後 EBITDA、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益がいずれも 2022 年 5 月 13 日公表の業績予想を下回る見通しとなりましたので、今回業績予想を下方修正いたします。

なお、今後もコア事業である EC マーケティング、EC 事業代行による成長に加え、ブランドバリューアップによる自社ブランドの開発・販売、さらには EC プラットフォーム事業への展開に向けた投資を行っていく方針であり、2022 年 6 月 29 日に公表しております、当社の中期経営計画である「いつも、5x」については、現時点では据え置きといたします。

※上記予想は、本資料公表日現在において当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があります。

以上