



2023年2月期 決算短信〔日本基準〕（連結）

2023年4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) 取締役管理部長 (氏名) 工藤 貴史 TEL 050-2018-6578 (直通)
 定時株主総会開催予定日 2023年5月30日 配当支払開始予定日 2023年5月31日
 有価証券報告書提出予定日 2023年5月31日
 決算補足説明資料作成の有無：有
 決算説明会開催の有無：有（機関投資家・アナリスト向け）

(百万円未満切捨て)

1. 2023年2月期の連結業績（2022年3月1日～2023年2月28日）

(1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	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	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年2月期	9,831	—	510	—	541	—	343	—
2022年2月期	9,510	—	2,082	—	2,102	—	1,342	—

(注) 包括利益 2023年2月期 343百万円 (—%) 2022年2月期 1,339百万円 (—%)

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益	自己資本 当期純利益率	総資産 経常利益率	売上高 営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
2023年2月期	2.47	—	5.6	7.0	5.2
2022年2月期	9.66	—	21.8	27.8	21.9

(参考) 持分法投資損益 2023年2月期 ー百万円 2022年2月期 ー百万円

(注) 1. 「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）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2023年2月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、対前期増減率は記載しておりません。

2. 2022年2月期より連結財務諸表を作成しているため、対前期増減率については記載しておりません。また、2022年2月期の自己資本当期純利益率及び総資産経常利益率は、連結初年度のため、それぞれ期末自己資本及び期末総資産に基づいて計算しております。

(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
2023年2月期	7,779	6,187	79.5	44.50
2022年2月期	7,555	6,146	81.3	44.22

(参考) 自己資本 2023年2月期 6,187百万円 2022年2月期 6,146百万円

(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）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2023年2月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。

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2023年2月期	113	△141	△363	4,828
2022年2月期	1,753	197	△363	5,210

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	純資産配当率 (連結)
	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	百万円	%	%
2022年2月期	—	1.30	—	1.60	2.90	403	30.0	6.6
2023年2月期	—	0.90	—	0.60	1.50	208	60.7	3.4
2024年2月期 (予想)	—	0.90	—	1.20	2.10		31.2	

(注) 2022年2月期より連結財務諸表を作成しているため、2022年2月期の純資産配当率は、期末1株当たり純資産に基づいて計算しております。

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

※ 注記事項

（1）期中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）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：有

② ①以外の会計方針の変更：無

③ 会計上の見積りの変更：有

④ 修正再表示：無

（注）詳細は、添付資料P. 17「3. 連結財務諸表及び主な注記（5）連結財務諸表に関する注記事項（会計方針の変更）、（会計上の見積りの変更）」をご覧ください。

（3）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）

2023年2月期	141,072,000株	2022年2月期	141,072,000株
----------	--------------	----------	--------------

② 期末自己株式数

2023年2月期	2,018,048株	2022年2月期	2,083,000株
----------	------------	----------	------------

③ 期中平均株式数

2023年2月期	139,033,512株	2022年2月期	138,981,945株
----------	--------------	----------	--------------

(参考) 個別業績の概要

1. 2023年2月期の個別業績 (2022年3月1日~2023年2月28日)

(1) 個別経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年2月期	8,725	—	520	—	581	—	399	—
2022年2月期	8,739	△5.7	2,086	2.7	2,127	3.8	1,388	0.1

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり当期純利益
	円 銭	円 銭
2023年2月期	2.87	—
2022年2月期	9.99	—

(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)等を当事業年度の期首から適用しており、2023年2月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、対前期増減率は記載しておりません。

(2) 個別財政状態

	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
2023年2月期	7,704	6,325	82.1	45.49
2022年2月期	7,389	6,228	84.3	44.82

(参考) 自己資本 2023年2月期 6,325百万円 2022年2月期 6,228百万円

(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)等を当事業年度の期首から適用しており、2023年2月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。

2. 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		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	%	円 銭
第2四半期(累計)	7,150	90.3	623	10.6	425	11.2	3.06
通期	14,617	67.5	1,378	136.9	941	135.7	6.77

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 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. 経営成績等の概況(4) 今後の見通し」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当期の経営成績の概況	2
(2) 当期の財政状態の概況	8
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	8
(4) 今後の見通し	9
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	10
3. 連結財務諸表及び主な注記	11
(1) 連結貸借対照表	11
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	13
連結損益計算書	13
連結包括利益計算書	14
(3) 連結株主資本等変動計算書	15
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	16
(5) 連結財務諸表に関する注記事項	17
(継続企業の前提に関する注記)	17
(会計方針の変更)	17
(会計上の見積りの変更)	17
(セグメント情報等)	18
(1株当たり情報)	19
(重要な後発事象)	19
(追加情報)	20

1. 経営成績等の概況

「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。以下「収益認識会計基準」という。）等を当連結会計年度の期首から適用しております。そのため、当連結会計年度における経営成績に関する説明は、売上高及び各段階利益については、前連結会計年度と比較しての増減額及び前年同期比（%）を記載せずに説明しております。なお、前連結会計年度におけるこれらの各数値は、収益認識会計基準等を適用する前の数値を記載しております。

（1）当期の経営成績の概況

当連結会計年度における我が国経済は、経済活動の本格的な再開に向け動きはじめました。3年振りに行動制限の無い年末年始を迎える等、新型コロナウイルス感染症は社会経済活動を維持しながら感染拡大を防止する新たな局面に入り、旅行や観光・飲食等コロナ禍で打撃を受けた産業に回復の兆しも見えております。しかしながら、海外情勢等による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、先行き予断を許さない経営環境となっております。

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、ミッションである「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、クリエイティブ部門の整備や教育、ECモールの拡大、新商品のリリースを通じ、新規顧客獲得人数の増加に注力いたしました。

なお、当第4四半期連結会計期間より、実態をより正確に表すため、従来「新規獲得件数」としていた指標名を「新規顧客獲得人数」に変更しております。新規顧客獲得人数とは、新たに獲得した顧客の人数であり、商品別に計上しております。同一顧客が複数の商品を購入した場合は、商品毎に新規顧客獲得人数として計上しておりますが、いずれの指標も同じ数値を指しており当該指標の変更が与える影響はありません。

また、第1四半期連結会計期間より、従来「EC事業」としていた報告セグメントの名称を「ヘルス&ビューティーケア関連事業」に変更しております。当該セグメントの名称変更によるセグメント情報に与える影響はありません。

以上の結果、当連結会計年度における売上高は9,831,486千円（前年同期は9,510,793千円）、営業利益は510,148千円（同2,082,238千円）、経常利益は541,064千円（同2,102,832千円）、親会社株主に帰属する当期純利益は343,672千円（同1,342,485千円）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。

（千円）

セグメント	ブランド	第1四半期 連結会計期間	第2四半期 連結会計期間	第3四半期 連結会計期間	第4四半期 連結会計期間
ヘルス& ビューティーケア 関連事業	北の快適工房	1,845,801	1,901,320	2,297,683	2,624,919
	SALONMOON	138,450	187,472	164,416	151,412
	その他	3,143	7,855	19,714	25,551
その他	—	116,481	107,976	119,337	119,948
合計		2,103,877	2,204,624	2,601,152	2,921,832

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。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経営成績の説明は以下のとおりであります。

（北の快適工房）

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はなく、モニター検証による実感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。

サマリー

当連結会計年度における「北の快適工房」の実績及び業績予想（計画）比は、下記のとおりであります。なお、当連結会計年度においてセグメント間取引が発生しておりますが、その金額は軽微であるため、以下で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。

（千円）

	2023年2月期			2022年2月期
	業績予想 （計画）	実績	業績予想 （計画）比	
売上高	8,735,510	8,669,725	△65,784	8,731,865
売上総利益	6,867,987	6,802,970	△65,017	6,803,333
広告宣伝費	3,253,718	3,414,543	160,824	2,182,238
営業利益	796,367	606,713	△189,653	2,103,916

営業利益が業績予想を下回った要因

当連結会計年度において、一部商品における「受注過多による発送遅延」が生じたこと、さらには戦略的かつ計画的に「広告投資の拡大」を行ったことにより、営業利益は予想を下回る606,713千円となりました。

要因1：受注過多による発送遅延

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、製造が追いつかず受注済みであるものの発送までに数箇月待ちとなっている状況です。この発送遅延により、当該受注に要した広告宣伝費が当連結会計年度に先行して計上されておりますが、それに応じて本来であれば計上されていたと見込まれる売上高178,040千円及び営業利益129,397千円が翌連結会計年度に計上されるため、予想を下回ることとなりました。なお、当該発送遅延は翌連結会計年度中には解消する見込みです。

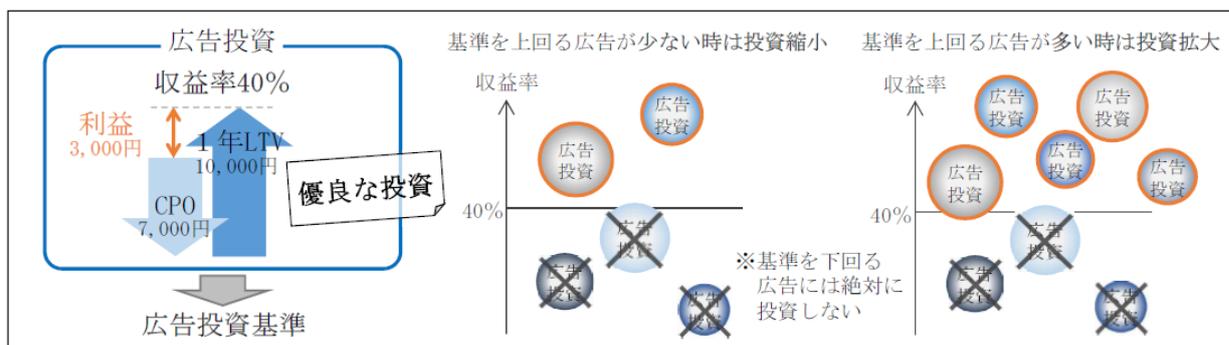
発送遅延が生じなかったと仮定した場合の見込額との業績予想（計画）比は、下記のとおりであります。

（千円）

	2023年2月期			2022年2月期
	業績予想 （計画）	発送遅延が生じな かった場合の見込額	業績予想 （計画）比	
売上高	8,735,510	8,847,766	112,255	8,731,865
売上総利益	6,867,987	6,942,182	74,194	6,803,333
広告宣伝費	3,253,718	3,414,543	160,824	2,182,238
営業利益	796,367	736,110	△60,256	2,103,916

要因2：広告投資の拡大

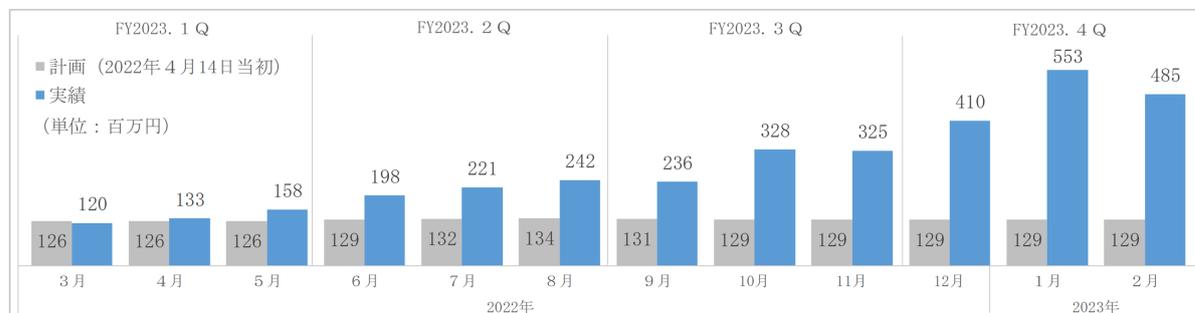
当連結会計年度において、新規顧客の獲得が好調であったため、2023年1月13日に修正した計画を160,824千円も上回る投資を行いました。インターネット上で商品を販売する場合、広告投資額と売上高は基本的に係数で連動するため、広告投資を拡大すると単純に売上高も増加します。しかし、過剰な広告投資により売上は増えても、利益が減るため、新規顧客獲得1人当たりで使用可能な広告宣伝費の上限額として上限CPO（注1）を設定しております。なお、上限CPOは、必要利益を確保することを目的にしており、広告投資（CPO）に対する収益率が一定以上となるよう設定しております。これにより、広告投資拡大と売上高及び利益額の増加を連動させることができ、当社では、広告投資収益率が基準を下回った場合は広告投資を抑え新規顧客獲得人数を絞る一方、同基準内での獲得が続く場合は機会損失を招かぬよう広告投資を拡大し将来の利益を拡大することを基本スタンスとしております。



なお、定期購入型のビジネスモデルにおいては、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ます。広告投資を行った直後の利益はマイナスとなり、投資の拡大と比例してマイナス額は大きくなります。

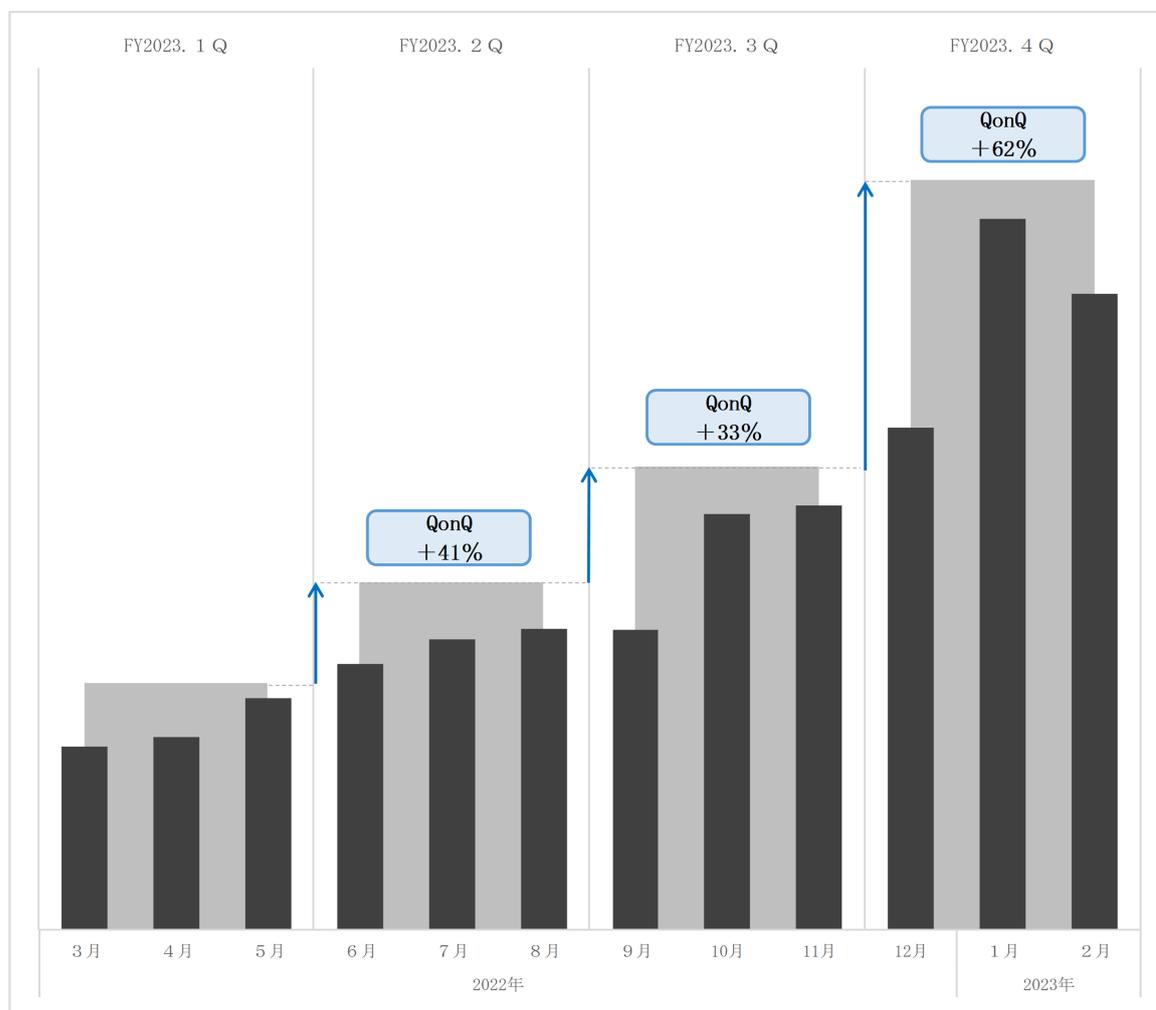
当連結会計年度において、上限CPO内での新規獲得が想定を大きく上回ったことを受け、2022年10月14日さらには2023年1月13日に業績予想を修正するとともに広告宣伝費の投資計画を見直しました。しかしながら、その後の新規獲得状況は想定を更に上回ったことで、前回計画を160,824千円上回る3,414,543千円（当初計画1,555,170千円）もの広告投資を行いました。いずれも上限CPO内での新規獲得が増えると見込まれる時にのみ広告投資を拡大しており、将来の利益の回収が見込めるため、当社は当連結会計年度における状況をポジティブに捉えております。

当連結会計年度における広告宣伝費の当初計画及び実績の推移は、下記のとおりであります。



新規顧客獲得人数（全体）の推移

当連結会計年度における新規顧客獲得人数の推移は、下記のとおりであります。



当連結会計年度における新規顧客獲得人数は前年同期の166%、当第4四半期連結会計期間と直前四半期連結会計期間との比較では162%にまで拡大しております。

当連結会計年度において重要施策として掲げていた「クリエイティブ部門の整備や教育」「ECモールの拡大」の進捗が順調だったこと、第3四半期連結会計期間より開始した初回購入時に割引価格を導入し購入のハードルを下げる新施策が好調だったことにより、「自社サイト（注2）」及び「ECモール」での新規顧客獲得人数が大幅に増加しております。特に、2023年1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値を更新し、

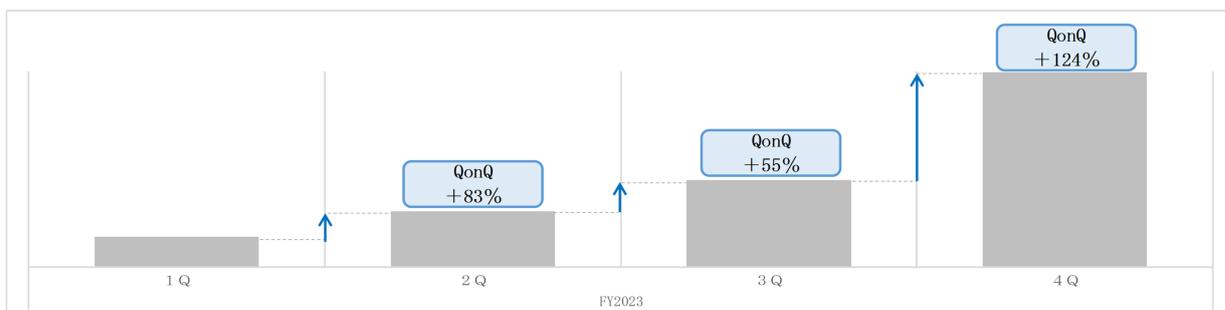
定期会員数も順調に増加しております。こうした新規顧客獲得人数及び定期会員数の増加に対応すべく、自社に常設しているコールセンター施設の増設、応答率アップのための各種施策を実施いたしました。

なお、上述した新施策の導入に際し、新規顧客獲得1人当たりの生涯獲得売上であるLTV(注3)が想定を下回るリスクを有しておりましたが、現時点ではほぼ想定どおりの動きとなっております。ただし、発送遅延により、一部商品においては正確な計測を行うことができていないことから、今後も慎重に動向を追ってまいります。

新規顧客獲得人数における主な内訳と増加要因

当連結会計年度における新規顧客獲得人数のうち、特に「自社サイト」及び「ECモール」が大幅に増加しております。

<自社サイト>



ウェブマーケティングで効率的な集客を行うためには、「クリエイティブ」と「広告運用」の両輪が重要となります。

クリック率の高い広告や購入率が高い販売ページ等の「良いクリエイティブ」ができた際には売上が大きく伸びることができるため、当社ではクリエイティブ部門の整備や教育を重要施策として認識しておりました。教育専門チームの設置、高度なスキルと豊富な経験を有する経験者の採用、PDCAを最速で回すための最適な体制構築、評価制度の設計等、長期にわたり同部門の整備と教育に優先的かつ継続的に取り組んでまいりました。その結果、商品ポテンシャルを最大限活かせるフローが構築され、獲得効率の高いクリエイティブを継続的に生み出せるようになる等、クリエイティブ部門のスキルアップが実現しております。

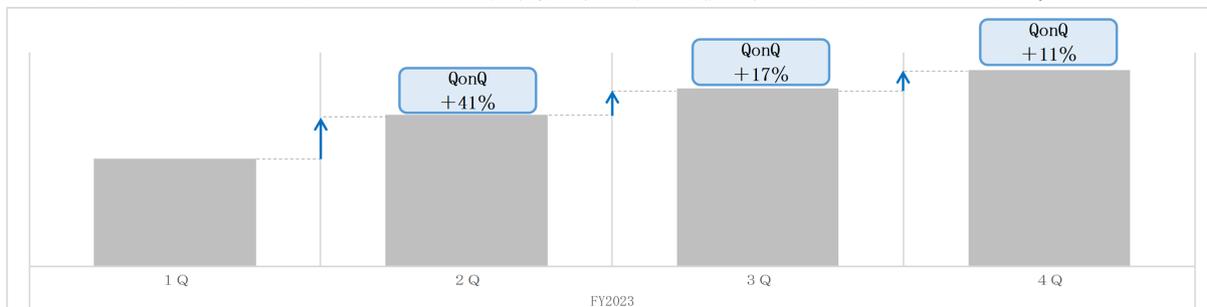
また、広告の費用対効果を鑑みた適切な予算管理や、広告の配信管理、広告出稿メディアの選定等の「適切な広告運用」も重要となります。当社では適切な広告運用を測るための評価制度を導入しており、これにより広告運用部門においてもスキルアップが実現しております。

さらに、クリエイティブ部門と広告運用部門間において、新たに作成したクリエイティブ、好調なキャンペーンや広告配信面の情報、広告媒体の新機能等の共有が活発になり、機会ロスの減少に繋がりました。クリエイティブメンバーと広告運用メンバーが協働して獲得人数の増加を図るような体制が加速された結果として、ウェブマーケティングスキルの向上に繋がっております。

これらのスキルアップに加え、上述した新施策が好調だったことも、自社サイトにおける新規顧客獲得人数の増加を後押ししました。

<ECモール>

当連結会計年度におけるECモールでの新規顧客獲得人数の推移は、下記のとおりであります。

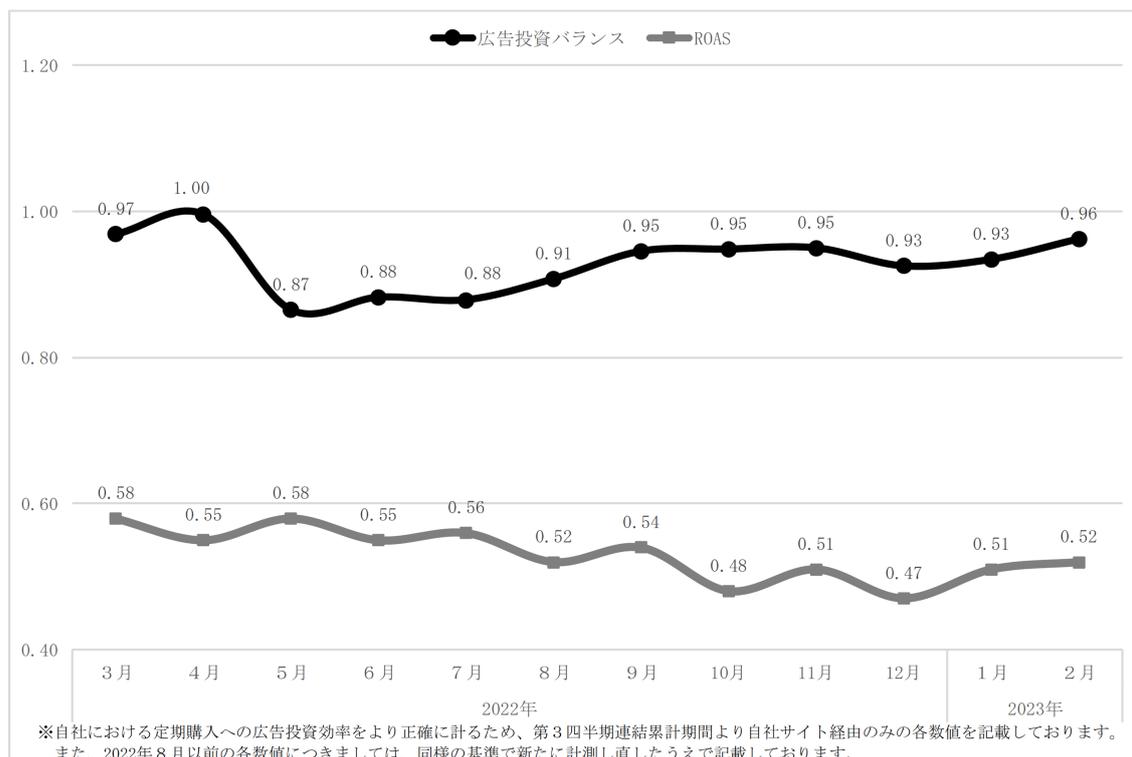


「北の快適工房」における主な販売チャネルは自社サイトとECモールとなっており、ECモール市場は急速に成長しております。成長市場であるECモール商圏を積極的に取り込むべく、これまで以上に社内リソースをECモールに投入しております。

当連結会計年度においては、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の参加、専任者の増員等を行いました。

こうした結果、Amazonでは2023年1月に、楽天市場では2023年2月にいずれも過去最高月商を記録し、ECモールにおける購買層を順調に獲得しております。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。

自社サイトにおける広告投資効率



上述したとおり、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（注4）を注視することが必要となります。一方で、ROASは広告同士や同じ広告の時期別レスポンスを比較するためのものであり単純比較はできず最適値は存在しません。そのため、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5）にも注視する必要があります。ROASが詳細な個別分析を行うための指標であるのに対し、広告投資バランスは全体を俯瞰するための指標となります。

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。今後も最適値である広告投資バランス1.00を目指した広告投資を行ってまいります。

また、ROASが低下傾向にある要因は、「商品単価は低いが、LTVが高く上限CPOを高く設定できる商品」の新規獲得比率が増加したためであり、収益性の悪化を示すものではありません。

新商品に関する事項

当連結会計年度における新商品の展開につきましては、下記のとおりであります。

商品名	発売日	概要
PINTE ピンテ (医薬部外品)	2022年 3月29日	コラーゲンの産生を促進することでシワを改善し、また、シミ予防やハリ・ツヤのある手肌へと導く、手肌のエイジングケア美容エッセンス。 価格：定価3,630円（税込）

また、『ピンテ』以降の商品より、発売時における販売方法も見直しております。発売までの事前準備の負荷を軽減し、売れる確度の高い商品にのみ優先的に社内リソースを使うことを可能とするため、全ての商品を「定期購入」を前提としていた従来の販売方法を、「都度購入」として発売した上で、一定の売上基準を満たした場合のみ「定期購入」商品として販売する方法に変更しております。当連結会計年度において都度購入として販売した7商品のうち、1商品を定期購入として2023年3月1日より発売しております。

商品名	定期購入 発売開始日	概要
HYALO AID ヒアロエイド	2023年 3月1日	膝悩みへアプローチする成分で代表的なヒアルロン酸（保湿成分）を、気になる部位に貼るだけの手軽なケアで、生き生きとした毎日をサポートするジェルシート型ヒアルロン酸（保湿成分）。 価格：定価4,864円（税込）

（SALONMOON）

当連結会計年度における「SALONMOON」の売上高推移は、下記のとおりであります。

（千円）

第1四半期連結会計期間	第2四半期連結会計期間	第3四半期連結会計期間	第4四半期連結会計期間
138,450	187,472	164,416	151,412

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、2022年4月28日より全国の家電量販店での店舗販売も開始しております。

当連結会計年度においては、Amazonや楽天市場等の主力ECモール拡大のための販促施策を行い、楽天市場においては家電ランキング総合1位を獲得いたしました。新たなECモールにも注力しており、なかでも同ブランドのメイン顧客層から圧倒的な支持を受ける「Qoo10」での販促が功を奏し、「Qoo10メガ割」において「家電・PC・ゲーム販売数ランキング」1位を獲得する等、今後の収益の柱となることが期待できるまでに拡大しております。

新商品関連では、2023年2月1日に発売の『ミラーダブルイオン ストレートヘアアイロン』が、先行予約時より多数の注文をいただき、楽天市場における楽天総合リアルタイムランキング1位を獲得する等、今後の主力商品となることが期待されます。美容家電との親和性の高いコスメの開発にも注力し、2022年4月1日には同ブランド初となるコスメ、熱の力で美しくツヤのある髪に仕上げる『サロンムーン ヘアオイルミスト』を発売いたしました。

なお、2022年5月31日には、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るため、商号を従来の「株式会社ASHIGARU」から「株式会社SALONMOON」へ変更いたしました。

こうした取り組みの結果、当連結会計年度における「SALONMOON」の売上高は641,750千円と順調に拡大している一方で、諸資材、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、さらには記録的な円安進行の影響により、利益率が低下しております。これらに対応すべく、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を実施いたしました。

翌連結会計年度も業績の拡大のため様々な施策を打ち出すとともに、収益性の改善についても取り組んでまいります。

（注1） 上限CPO

新規顧客獲得1人当たりには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売上高の予測額である「LTV」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人当たり使用可能な広告宣伝費の上限額。

（注2） 自社サイト

当社が独自に運営するECサイトからの新規獲得のうち、当社集客部門経由の獲得のみを指す。

（注3） LTV

Life Time Valueの略で、顧客がもたらす生涯売上高の金額。

（注4） ROAS

Return On Advertising Spendの略で、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。100万円を広告宣伝費に使用し、90万円の売上を上げた場合のROASは0.90。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5） 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。

(2) 当期の財政状態の概況

(資産)

当連結会計年度末における資産合計は、前連結会計年度末と比較して223,614千円増加し、7,779,475千円となりました。この主な要因は、受取手形、売掛金及び契約資産（前連結会計年度においては受取手形及び売掛金）が204,400千円、棚卸資産が119,418千円、有形固定資産が109,632千円増加した一方で、現金及び預金が382,911千円減少したこと等によるものであります。

(負債)

当連結会計年度末における負債合計は、前連結会計年度末と比較して182,441千円増加し、1,592,183千円となりました。この主な要因は、買掛金が234,554千円、未払金が493,449千円増加した一方で、未払法人税等が450,100千円減少したこと等によるものであります。

(純資産)

当連結会計年度末における純資産合計は、前連結会計年度末と比較して41,172千円増加し、6,187,291千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が29,468千円増加したこと等によるものであります。利益剰余金の増加額の内訳は、会計方針の変更による累積的影響額による増加が33,326千円、親会社株主に帰属する当期純利益による増加が343,672千円、剰余金の配当による減少が347,531千円となっております。

(3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度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382,911千円減少し、4,828,041千円となりました。

当連結会計年度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)

営業活動の結果増加した資金は、113,637千円（前連結会計年度は1,753,909千円の増加）となりました。この主な要因は、税金等調整前当期純利益530,693千円、仕入債務の増加234,554千円、未払金の増加492,886千円が生じた一方で、売上債権の増加額180,964千円、法人税等の支払額768,304千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)

投資活動の結果減少した資金は、141,009千円（前連結会計年度は197,936千円の増加）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97,748千円、差入保証金の差入による支出76,990千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)

財務活動の結果減少した資金は、363,127千円（前連結会計年度は363,018千円の減少）となりました。この主な要因は、配当金の支払額347,087千円が生じたこと等によるものであります。

（4）今後の見通し

当社グループ（当社及び当社の関係会社）は、2024年2月期において、主要事業であるヘルス&ビューティーケア関連事業のさらなる拡大に努めてまいります。

主要ブランドである「北の快適工房」において、人員の増員及び組織力強化を通じ、強みである「商品戦略」及び「販売戦略」を加速させることで新規顧客獲得人数の増加を図ります。

同ブランドでは、「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、顧客ニーズに対して具体的に効果を体感しやすいニッチかつリピート使用されやすいものだけを商品化し、品質及び購入者による圧倒的な満足度を追求しております。商品化が決定してから販売戦略を練るのではなく、商品企画の段階から販売戦略も併せて検討することで、商品リリース後における販路拡大の可能性を高めていることも特徴の一つです。

新商品を継続的に発売し、新たな需要を喚起することは事業の拡大を後押しするため、今後も開発ジャンルの拡大、海外を含めたOEM先の選定、商品企画段階からリリースされるまでの確度の向上、複数の開発案件を並行して進めることができる体制を構築してまいります。さらに、商品を安定かつ継続的にお客様へお届けするため、品質管理体制及び生産管理体制の強化、物流拠点の増設等も検討してまいります。

こうした商品力向上のための各種取り組みを実現させるため、2024年2月期には同部門における採用を強化してまいります。

販売戦略においては、利益を重要な業績評価指標としており、自社開発の広告最適化システムを用いた厳格な広告採算性管理を実現しております。

ウェブマーケティングで採算性の高い効率的な商品販売を実現するには、「クリエイティブ」と「広告運用」の両輪が重要となります。上述の広告最適化システムにより広告運用は一定のスキルを有しておりましたが、クリエイティブ部門のスキルアップは長年の課題でありました。そのため、長期にわたりクリエイティブ部門の整備と教育に優先的かつ継続的に取り組んで来たことで、商品ポテンシャルを最大限活かせるフローの構築、獲得効率の高いクリエイティブを継続的に生み出すスキルを有するほどになりました。また、広告運用についても、より最適な広告運用ノウハウ等を確立することができております。

その一方、現在30商品以上を取り扱っているにも関わらず、日常的に販促活動を行うことができているのは僅か数商品のみとなります。こうしたリソース不足を解消し、注力商品のさらなる拡大及び他商品でも販促活動を手がけ新規獲得を拡大させるため、集客部門においても採用を強化してまいります。

また、増加することが見込まれる受注やアフターサポートサービスにも対応するため、カスタマーサービス部さらにはバックオフィス部門における採用も強化し、当社全体の人員数は2割程度の増員を予定しております。

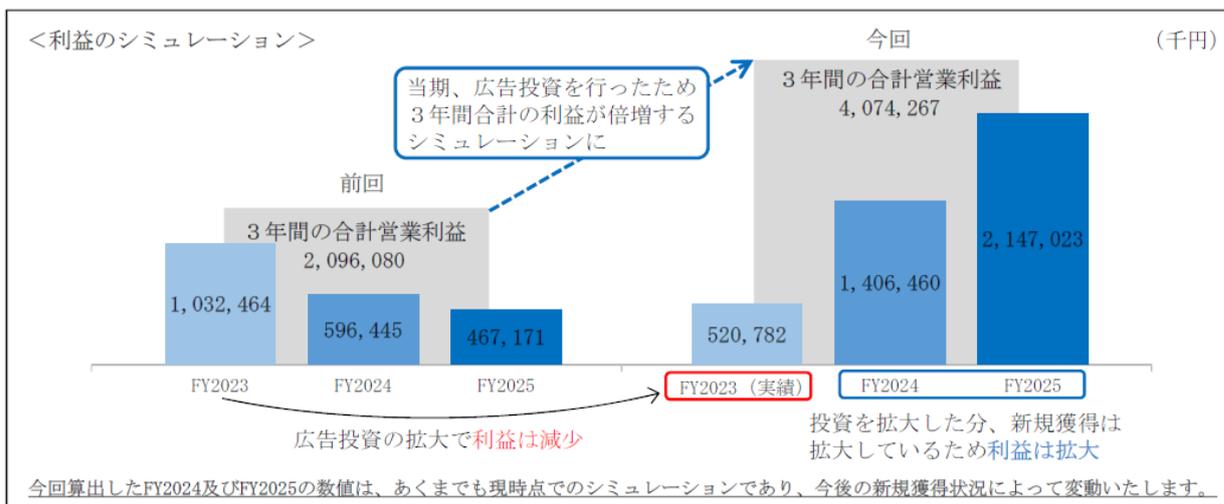
以上により、2024年2月期の個別業績予想につきましては、売上高14,617,606千円（前年同期比67.5%増）、営業利益1,406,460千円（同170.1%増）、経常利益1,378,323千円（同136.9%増）、当期純利益941,023千円（同135.7%増）を見込んでおります。また、広告宣伝費は6,181,879千円（同77.3%増）、人件費は1,379,658千円（同37.2%増）を見込んでおります。

業績実績及び業績予想（個別）は、下記のとおりであります。

（千円）

	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期 （予想）
売上高	10,093,343	9,270,604	8,739,007	8,725,990	14,617,606
売上総利益	7,645,502	7,023,152	6,808,895	6,833,174	11,229,966
販売管理費	4,730,173	4,992,061	4,722,769	6,312,391	9,823,505
広告宣伝費	2,748,221	2,681,834	2,184,507	3,487,569	6,181,879
人件費	571,575	743,638	871,813	1,005,343	1,379,658
営業利益	2,915,329	2,031,091	2,086,126	520,782	1,406,460

なお、上記の業績予想は現在の新規獲得状況が続くことを前提に作成しておりますが、今後の新規獲得状況が業績に影響を与える場合がございます。



例えば、2022年4月14日に公表した2023年2月期個別業績予想は、同時点での新規獲得状況が続いた場合を前提に作成しており、その場合の将来への先行投資である広告宣伝費は1,555,170千円、営業利益は1,032,464千円で着地する見込でした。ただし、当時の新規顧客獲得人数は、必ず一定数発生する解約人数を下回る想定だったため、翌期以降の利益は徐々に目減りしていくとシミュレーションしており、2023年2月期から2025年2月期までの三箇年の合計利益は2,096,080千円と予想しておりました。

一方で、2023年2月期においては上限CPO内での新規獲得が好調だったため計画より大幅に広告投資を拡大したことで、広告宣伝費は3,487,569千円、営業利益は520,782千円で着地いたしました。当初に見込んでいた営業利益を単年度で見ると大きく下回った一方で、新規顧客獲得人数が解約人数を上回る規模にまで拡大しており、現在の新規獲得状況が続くと翌期以降の利益が積み増しされていき、2023年2月期から2025年2月期までの三箇年の合計利益は4,074,267千円とシミュレーションされるため、戦略的に広告投資を行いました。

前頁における取り組みが功を奏し、2024年2月期における上限CPO内での新規獲得が現在のペースを上回る場合、積極的に広告投資を拡大するため広告宣伝費が計画を上回る可能性がございます。その結果、広告投資と採算が合うまでには一定のタイムラグがあることから、各段階利益は予想を下回る可能性がございます。ただし、投資拡大の判断はあくまでも「上限CPO内で獲得ができる時」に限り、さらには上記シミュレーショングラフのモデルのとおり将来的な利益の拡大を見込んだ上での投資であることから、ポジティブな状況であります。一方、採算が悪化し上限CPOを超過した場合は、広告投資を抑制します。その結果、各段階利益は予想を上回る可能性がございますが、これは一時的なものであり、将来への先行投資ができていない状況です。

また、2023年2月期において新規獲得拡大のために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。現時点ではほぼ想定どおりの動きとなっておりますが、一部商品においては、受注過多による発送遅延により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。

上限CPO内での新規獲得状況並びに広告投資、さらには新施策による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。

次に、オリジナルヘアケアブランド「SALONMOON」では、主力商材であるヘアアイロンのラインナップ増加や仕様変更によるグレードアップ、さらにはヘアアイロンにとらわれない新たな美容家電ジャンルの商品開発にも注力してまいります。また、引き続き各種ECモールでの販促施策を通じ、業績拡大に取り組んでまいります。

以上により、2024年2月期における連結業績予想につきましては、売上高15,843,665千円（前年同期比61.2%増）、営業利益1,403,412千円（同175.1%増）、経常利益1,405,289千円（同159.7%増）、親会社株主に帰属する当期純利益937,072千円（同172.7%増）を見込んでおります。

2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは、国内の同業他社との比較可能性を確保するため、会計基準につきましては日本基準を適用しております。

なお、将来の国際会計基準（IFRS）の適用につきましては、国内外の諸情勢を考慮の上、適切に対応していく方針であります。

3. 連結財務諸表及び主な注記

(1) 連結貸借対照表

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	5,210,952	4,828,041
受取手形及び売掛金	476,559	—
受取手形、売掛金及び契約資産	—	680,960
商品及び製品	769,939	846,138
仕掛品	594	17,556
原材料及び貯蔵品	68,900	95,157
その他	283,633	524,017
貸倒引当金	△2,351	△6
流動資産合計	6,808,227	6,991,865
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	472,034	565,516
減価償却累計額	△382,686	△390,352
建物及び構築物 (純額)	89,348	175,164
機械装置及び運搬具	168,514	175,188
減価償却累計額	△168,514	△168,845
機械装置及び運搬具 (純額)	0	6,342
リース資産	90,372	90,372
減価償却累計額	△90,372	△90,372
リース資産 (純額)	0	0
その他	76,227	105,893
減価償却累計額	△42,713	△54,904
その他 (純額)	33,514	50,988
有形固定資産合計	122,862	232,495
無形固定資産		
のれん	280,230	214,293
その他	32,776	38,066
無形固定資産合計	313,006	252,360
投資その他の資産		
差入保証金	220,063	241,632
繰延税金資産	75,357	46,975
その他	16,342	22,080
貸倒引当金	—	△7,934
投資その他の資産合計	311,763	302,753
固定資産合計	747,633	787,609
資産合計	7,555,860	7,779,475

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	160,308	394,863
未払金	328,504	821,954
リース債務	16,039	15,237
未払法人税等	453,491	3,390
販売促進引当金	34,699	—
株主優待引当金	57,913	51,492
返品調整引当金	10,666	—
移転損失引当金	4,979	—
資産除去債務	15,000	2,000
その他	154,120	86,755
流動負債合計	1,235,723	1,375,693
固定負債		
リース債務	37,765	22,527
繰延税金負債	2,231	773
役員退職慰労引当金	8,135	3,712
退職給付に係る負債	11,765	15,035
資産除去債務	86,765	152,603
その他	27,356	21,837
固定負債合計	174,018	216,489
負債合計	1,409,742	1,592,183
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	257,638	255,901
利益剰余金	6,045,466	6,074,934
自己株式	△430,978	△417,536
株主資本合計	6,146,118	6,187,291
非支配株主持分	—	—
純資産合計	6,146,118	6,187,291
負債純資産合計	7,555,860	7,779,475

(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書
(連結損益計算書)

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28日)	当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28日)
売上高	9,510,793	9,831,486
売上原価	2,343,089	2,528,157
売上総利益	7,167,703	7,303,329
返品調整引当金戻入額	11,456	—
返品調整引当金繰入額	10,666	—
差引売上総利益	7,168,494	7,303,329
販売費及び一般管理費	5,086,256	6,793,180
営業利益	2,082,238	510,148
営業外収益		
受取利息	74	121
為替差益	8,878	5,562
受取弁済金	3,733	1,908
サンプル売却収入	2,795	4,685
印税収入	4,927	12,623
固定資産受贈益	1,800	5,300
その他	863	2,719
営業外収益合計	23,072	32,920
営業外費用		
支払利息	2,454	1,974
その他	23	28
営業外費用合計	2,478	2,003
経常利益	2,102,832	541,064
特別利益		
受取損害賠償金	82,262	—
負ののれん発生益	8,376	—
特別利益合計	90,638	—
特別損失		
固定資産除却損	913	371
解体撤去費用	555	—
減損損失	115,844	—
移転損失引当金繰入額	4,979	—
関係会社株式評価損	—	9,999
特別損失合計	122,292	10,371
税金等調整前当期純利益	2,071,178	530,693
法人税、住民税及び事業税	734,121	174,742
法人税等調整額	△2,298	12,277
法人税等合計	731,822	187,020
当期純利益	1,339,356	343,672
非支配株主に帰属する当期純損失 (△)	△3,129	—
親会社株主に帰属する当期純利益	1,342,485	343,672

(連結包括利益計算書)

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28日)	当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28日)
当期純利益	1,339,356	343,672
包括利益	1,339,356	343,672
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	1,342,485	343,672
非支配株主に係る包括利益	△3,129	—

(3) 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28日)

(単位: 千円)

	株主資本					非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計		
当期首残高	273,992	253,992	5,050,426	△435,574	5,142,837	—	5,142,837
会計方針の変更による累積的影響額					—		—
会計方針の変更を反映した当期首残高	273,992	253,992	5,050,426	△435,574	5,142,837	—	5,142,837
当期変動額							
剰余金の配当			△347,445		△347,445		△347,445
親会社株主に帰属する当期純利益			1,342,485		1,342,485		1,342,485
自己株式の取得					—		—
譲渡制限付株式報酬		3,646		4,595	8,241		8,241
株主資本以外の項目の当期変動額 (純額)							—
当期変動額合計	—	3,646	995,039	4,595	1,003,281	—	1,003,281
当期末残高	273,992	257,638	6,045,466	△430,978	6,146,118	—	6,146,118

当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28日)

(単位: 千円)

	株主資本					非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計		
当期首残高	273,992	257,638	6,045,466	△430,978	6,146,118	—	6,146,118
会計方針の変更による累積的影響額			33,326		33,326		33,326
会計方針の変更を反映した当期首残高	273,992	257,638	6,078,793	△430,978	6,179,445	—	6,179,445
当期変動額							
剰余金の配当			△347,531		△347,531		△347,531
親会社株主に帰属する当期純利益			343,672		343,672		343,672
自己株式の取得				△13	△13		△13
譲渡制限付株式報酬		△1,737		13,455	11,717		11,717
株主資本以外の項目の当期変動額 (純額)							—
当期変動額合計	—	△1,737	△3,858	13,441	7,846	—	7,846
当期末残高	273,992	255,901	6,074,934	△417,536	6,187,291	—	6,187,291

（4）連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：千円）

	前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28日)	当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28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	2,071,178	530,693
減価償却費	40,402	62,809
のれん償却額	49,452	65,936
減損損失	115,844	—
受取損害賠償金	△82,262	—
負ののれん発生益	△8,376	—
固定資産除却損	913	371
関係会社株式評価損	—	9,999
貸倒引当金の増減額（△は減少）	△1,167	5,448
販売促進引当金の増減額（△は減少）	△14,209	—
株主優待引当金の増減額（△は減少）	20,471	△6,421
返品調整引当金の増減額（△は減少）	△790	—
役員退職慰労引当金の増減額（△は減少）	1,452	△4,422
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	1,237	3,270
移転損失引当金の増減額（△は減少）	4,979	△4,979
為替差損益（△は益）	△9,163	△7,616
受取利息及び受取配当金	△74	△121
支払利息	2,454	1,974
売上債権の増減額（△は増加）	203,542	△180,964
棚卸資産の増減額（△は増加）	156,240	△106,519
仕入債務の増減額（△は減少）	△75,794	234,554
未払金の増減額（△は減少）	△173,998	492,886
その他	64,238	△295,366
小計	2,366,573	801,533
利息及び配当金の受取額	74	121
利息の支払額	△2,454	△1,974
損害賠償金の受取額	—	82,262
法人税等の支払額	△610,283	△768,304
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,753,909	113,637
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	△26,643	△97,748
無形固定資産の取得による支出	△9,860	△7,412
差入保証金の差入による支出	△15,417	△76,990
差入保証金の回収による収入	448	55,451
資産除去債務の履行による支出	—	△14,310
関係会社株式の取得による支出	△13,000	—
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	262,409	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	197,936	△141,009
財務活動によるキャッシュ・フロー		
リース債務の返済による支出	△15,669	△16,039
配当金の支払額	△347,348	△347,087
財務活動によるキャッシュ・フロー	△363,018	△363,127
現金及び現金同等物に係る換算差額	9,151	7,587
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	1,597,978	△382,911
現金及び現金同等物の期首残高	3,612,973	5,210,952
現金及び現金同等物の期末残高	5,210,952	4,828,041

（5）連結財務諸表に関する注記事項

（継続企業的前提に関する注記）

該当事項はありません。

（会計方針の変更）

（収益認識に関する会計基準等の適用）

「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。以下「収益認識会計基準」という。）等を当連結会計年度の期首から適用し、約束した財又はサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財又はサービスと交換に受け取ると見込まれる金額で収益を認識することといたしました。

当社グループは、主として化粧品や健康食品等を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。このような製品販売については、製品の引渡時点において、顧客が当該製品に対する支配を獲得することから、履行義務が充足されると判断しておりますが、当該製品販売については、出荷時から当該製品の支配が顧客に移転されるまでの期間が通常の間であるため、出荷時点で収益を認識しております。

顧客に付与した値引きの権利の使用による売上高の減額に備えるため、連結会計年度末において将来使用されると見込まれる額について販売促進引当金を計上しておりましたが、将来の値引きの義務を履行義務として識別し、将来の失効見込等を考慮して算定された独立販売価格を基礎として、取引価格の配分を行う方法に変更しております。また、実際に値引きがされた際には、その時点の売上高から控除しておりましたが、当該値引きについて契約における全ての履行義務に対して比例的に配分する方法に変更しております。返品権付きの販売については、返品による損失に備えるため、当連結会計年度の売上に起因した翌期以降の返品に対して発生すると見込まれる損失を、返品調整引当金として計上しておりましたが、売上高から控除するとともに、同額の返金負債を計上する方法に変更しております。

収益認識会計基準等の適用については、収益認識会計基準第84項ただし書きに定める経過的な取扱いに従っており、当連結会計年度の期首より前に新たな会計方針を遡及適用した場合の累積的影響額を、当連結会計年度の期首の利益剰余金に加減し、当該期首残高から新たな会計方針を適用しております。

この結果、当連結会計年度の売上高は14,010千円減少し、売上原価は991千円減少し、販売費及び一般管理費は1,666千円増加し、営業利益、経常利益及び税金等調整前当期純利益はそれぞれ10,893千円減少しております。また、利益剰余金の当期首残高は33,326千円増加しております。

当連結会計年度の連結キャッシュ・フロー計算書、1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益に与える影響額は軽微であります。

収益認識会計基準等を適用したため、前連結会計年度の連結貸借対照表において、「流動資産」に表示していた「受取手形及び売掛金」は、当連結会計年度より「受取手形、売掛金及び契約資産」に含めて表示することといたしました。なお、収益認識会計基準第89-2項に定める経過的な取扱いに従って、前連結会計年度について新たな表示方法により組替えを行っておりません。さらに、収益認識会計基準第89-3項に定める経過的な取扱いに従って、前連結会計年度に係る「収益認識関係」注記については記載しておりません。

（時価の算定に関する会計基準等の適用）

「時価の算定に関する会計基準」（企業会計基準第30号 2019年7月4日。以下「時価算定会計基準」という。）等を当連結会計年度の期首から適用し、時価算定会計基準第19項及び「金融商品に関する会計基準」（企業会計基準第10号 2019年7月4日）第44-2項に定める経過的な取扱いに従って、時価算定会計基準等が定める新たな会計方針を、将来にわたって適用することといたしました。なお、連結財務諸表への影響はありません。

（会計上の見積りの変更）

（耐用年数の変更）

前連結会計年度において、当社の東京支社オフィスの移転の方針を決定したことにより、移転後利用見込みのない固定資産について、将来にわたり耐用年数を変更しております。

これにより、従来の方法に比べて、当連結会計年度の営業利益、経常利益がそれぞれ30,838千円減少しております。なお、会計上の見積りの変更を行わなかった場合には、固定資産の撤去時に除却処理を行い、当該除却損相当額が特別損失に計上されることとなります。そのため、会計上の見積りの変更が税金等調整前当期純利益に与える影響はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28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。

当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28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。

当連結会計年度より、従来「EC事業」としていた報告セグメントの名称を「ヘルス&ビューティーケア関連事業」に変更しております。当該セグメントの名称変更によるセグメント情報に与える影響はありません。なお、前連結会計年度のセグメント情報についても、変更後の名称で記載しております。

【関連情報】

前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28日)

1. 製品及びサービスごとの情報

単一の製品・サービスの区分の外部顧客への売上高が連結損益計算書の売上高の90%を超えるため、記載を省略しております。

2. 地域ごとの情報

(1) 売上高

本邦の外部顧客への売上高が連結損益計算書の売上高の90%を超えるため、記載を省略しております。

(2) 有形固定資産

本邦に所在している有形固定資産の金額が連結貸借対照表の有形固定資産の金額の90%を超えるため、記載を省略しております。

3. 主要な顧客ごとの情報

外部顧客への売上高のうち、連結損益計算書の売上高の10%以上を占める相手先がないため、記載を省略しております。

当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28日)

1. 製品及びサービスごとの情報

単一の製品・サービスの区分の外部顧客への売上高が連結損益計算書の売上高の90%を超えるため、記載を省略しております。

2. 地域ごとの情報

(1) 売上高

本邦の外部顧客への売上高が連結損益計算書の売上高の90%を超えるため、記載を省略しております。

(2) 有形固定資産

本邦に所在している有形固定資産の金額が連結貸借対照表の有形固定資産の金額の90%を超えるため、記載を省略しております。

3. 主要な顧客ごとの情報

外部顧客への売上高のうち、連結損益計算書の売上高の10%以上を占める相手先がないため、記載を省略しております。

【報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報】

前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28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。

当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28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。

【報告セグメントごとののれんの償却額及び未償却残高に関する情報】

前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28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。

当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28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。

【報告セグメントごとの負ののれん発生益に関する情報】

前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28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。

当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28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。

(1株当たり情報)

	前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28日)	当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28日)
1株当たり純資産額	44.22円	44.50円
1株当たり当期純利益	9.66円	2.47円

- (注) 1. 潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、潜在株式が存在しないため記載しておりません。
2. 1株当たり当期純利益の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	前連結会計年度 (自 2021年3月1日 至 2022年2月28日)	当連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28日)
親会社株主に帰属する当期純利益 (千円)	1,342,485	343,672
普通株主に帰属しない金額 (千円)	—	—
普通株式に係る親会社株主に帰属する 当期純利益 (千円)	1,342,485	343,672
普通株式の期中平均株式数 (株)	138,981,945	139,033,512

(重要な後発事象)

該当事項はありません。

(追加情報)

(新型コロナウイルス感染症の影響に関する会計上の見積りについて)

当社グループは、繰延税金資産の回収可能性、固定資産の減損会計等の会計上の見積りについて、連結財務諸表作成時点において入手可能な情報に基づき実施しております。新型コロナウイルス感染症につきましては、来期以降の当社グループ全体としての事業及び業績に重要な影響を及ぼすものではないと判断しております。ただし、今後、新型コロナウイルス感染症の収束時期やその他の状況の変化により、当社グループの財政状態、経営成績に影響を及ぼす可能性があります。