



KURASHICOM

2023年7月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社クラシコム

(証券コード：7110)

# AGENDA

**01** | 事業概要

**02** | 2023年7月期 第3四半期 決算概要 および 業績予想の修正

**03** | 2023年7月期 第3四半期 事業ハイライト

## 本日のハイライト

- エンゲージメントアカウント数が650万アカウントとなり、4月は前月比17万アカウント増加  
当社を特集したテレビ番組『カンブリア宮殿』（4月13日放送）を通じ、転換率の高い良質な顧客を獲得
- 売上高+23.5%成長し、各利益は四半期として過去最高益
- 販管費は想定を下回り、経常利益率18.8%を達成
- 業績予想を修正。利益は期初予想の上限を上回る  
配当予想を初めて公表、1株当たり40円

エンゲージメント  
アカウント数

**650万**

2023/4月末時点

経常利益率

**18.8%**

当3Q(2-4月)

YoY売上成長率

**+23.5%**

当3Q(2-4月)

修正後  
当期純利益予想

**6.3億円**

2023/7月期

# 01 OVERVIEW

## 事業概要

私たちの事業

「北欧、暮らしの道具店」について



# MISSION

## フィットする暮らし、つくろう。

私たちのミッションは、

私たちが提案する世界観（ライフカルチャー）に共感する  
人たちのWell-beingを実現することです。

そしてWell-beingに欠かせない要件の一つが

「自分の生き方を自分らしいと感じ、満足できること」

= 「フィットする暮らし」だと考えています。

私たちは事業活動を通じて多くの人の

「フィットする暮らし」づくりに貢献し、

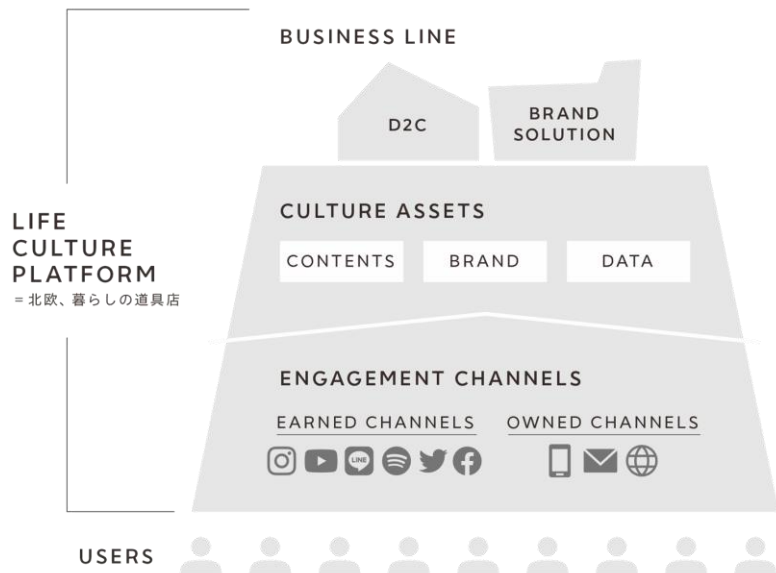
Well-beingな人が大勢いる「心地よい社会」の

実現の一助になることを目指しています。



# 私たちの事業「北欧、暮らしの道具店」概要

「北欧、暮らしの道具店」は、ライフカルチャー（世界観）が支えるユニークなプラットフォーム



ビジネス  
ライン



**D2C**  
DIRECT TO CONSUMER



**ブランドソリューション**  
BRAND SOLUTION

強みの  
源泉



**コンテンツパブリッシャー**  
CONTENTS PUBLISHER

## エンゲージメントアカウント数は当社を特集したテレビ番組効果もあり増加

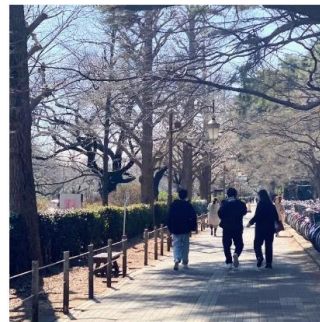
プラットフォームの拡大に繋がる KPIである エンゲージメントアカウント数が4月は大きく伸長

- 報道番組『カンブリア宮殿』（テレビ東京系列）出演  
2023年4月13日

### エンゲージメントアカウント数（4月末時点）

公式 SNS のフォロワー数、YouTube チャンネル登録数、  
アプリのダウンロード数、メルマガ会員数等の合計

**650**万  
アカウント



### スマートフォンアプリ

主要エンゲージメントチャンネル



番組放送中の  
ダウンロード数  
**8,600**  
ダウンロード  
4月13日（金）  
23:00～23:59

4月のアプリ  
ダウンロード  
**12**万  
ダウンロード

4月のアプリ  
ユーザー  
初回購入転換率  
約**2**倍  
前月比

# テレビ放映による認知度向上がアセット化するビジネスモデル

当社を特集したテレビ番組から、コンテンツに接点を持ちエンゲージメントを獲得  
エンゲージメントアカウント数は、中長期的な事業成長を支えるアセットとなる





## 02 RESULTS

2023年7月期 第3四半期 決算概要

および

業績予想の修正



## 2023年7月期 第3四半期 損益計算書（対 前年同期実績）

3Q（2月～4月）は四半期として過去最高益を達成  
D2C売上は+27.5%成長を達成し、コストは抑制的だったため利益率は高水準

[百万円]

	当3Q実績	前3Q実績	増減	増減率[%]
売上高	<b>1,598</b>	1,294	+304	+23.5
D2C売上	<b>1,551</b>	1,217	+334	+27.5
ブランドソリューション売上	<b>47</b>	77	△30	△39.1
売上原価	<b>883</b>	707	+175	+24.9
売上総利益	<b>715</b>	587	+128	+21.9
売上総利益率	<b>44.8%</b>	45.4%	-	-
販管費	<b>419</b>	393	+26	+6.8
営業利益	<b>295</b>	194	+101	+52.4
営業利益率	<b>18.5%</b>	15.0%		
経常利益	<b>299</b>	195	+103	+53.0
経常利益率	<b>18.8%</b>	15.1%	-	-
当期純利益	<b>211</b>	129	+82	+64.0

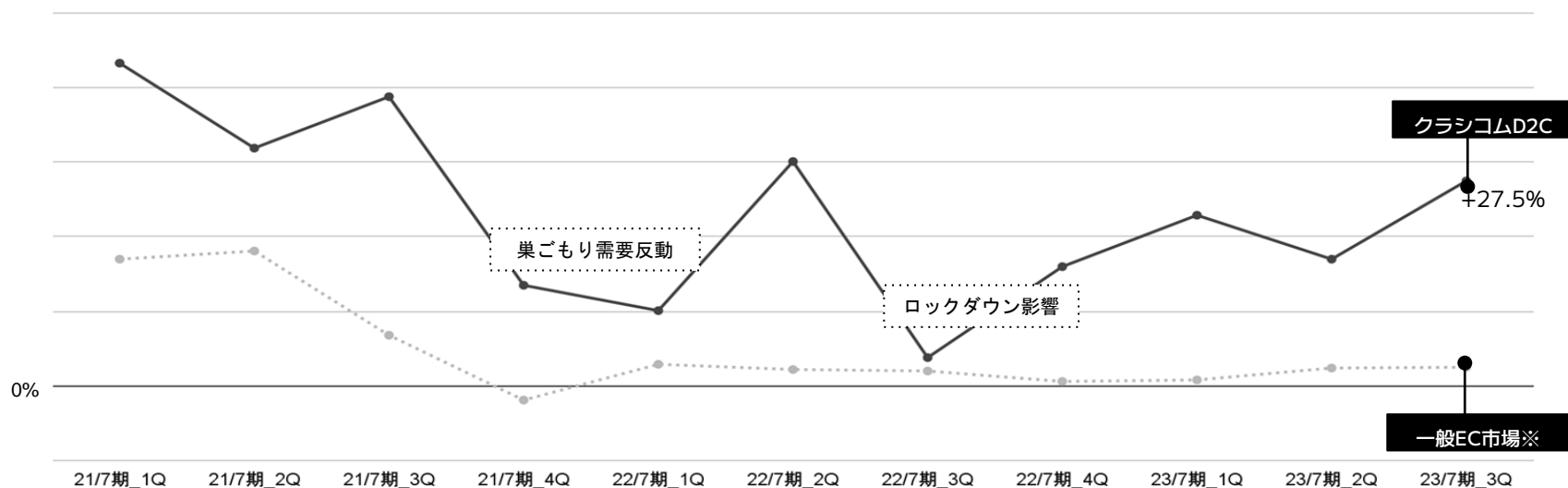
売上成長率  
**+23.5%**

経常利益率  
**18.8%**

## D2C売上成長率の推移

当3Qは+27.5%成長と今期最高の成長率  
当社D2C売上高は一般EC市場と比較して高い成長率を維持

【当社D2C売上高 YoY成長率推移】

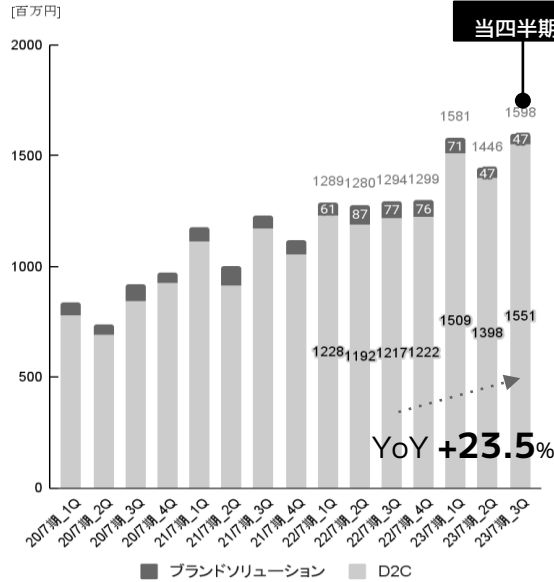


※ 出典：JCB/ナウキャスト「JCB消費NOW」

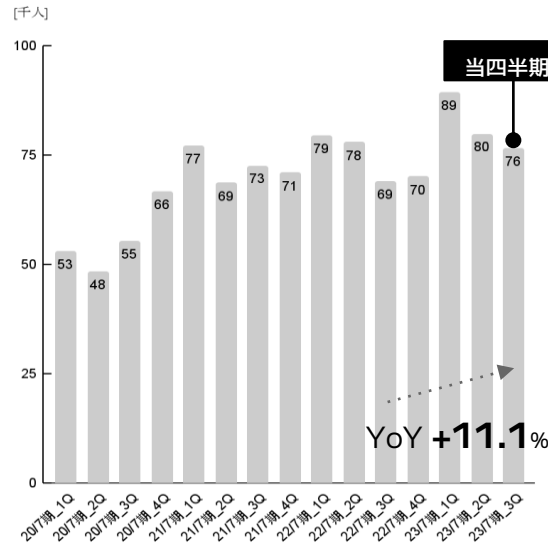
# 四半期別売上高・購入者数・新規会員数の推移

各KPIはいずれも前年3Qを上回るペースで進捗

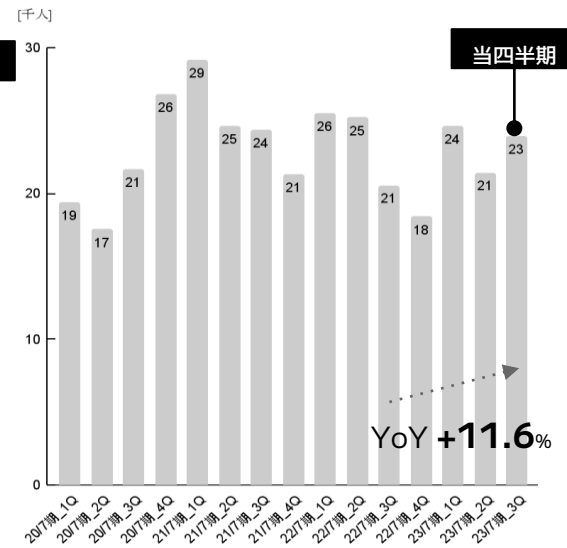
【売上高】



【購入者数】



【新規会員数】



## 販管費の状況

各コストは前年3Q比で増加したが、コストコントロールにより計画値は下回った  
 アプリダウンロードのための広告宣伝費はCPIを維持しつつ投下額を増額

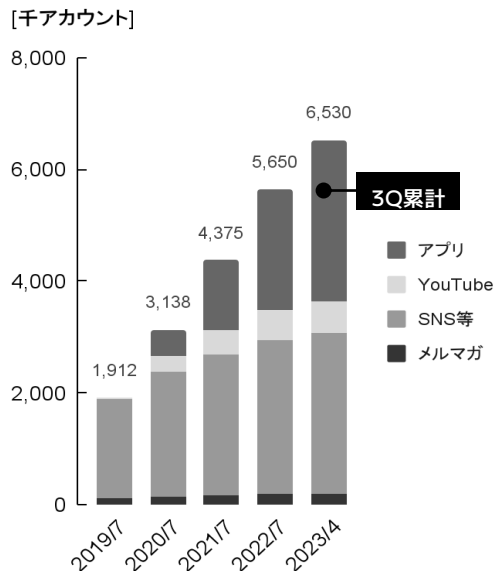
[百万円]

【販管費】	当3Q実績	前3Q実績	増減	増減率[%]	主な増減要因
広告宣伝費	110	97	+13	+13.5	・ 想定を上回るCPI効率はキープ ・ 4月は投下額を増額
人件費	156	149	+6	+4.5	・ 人員増、ベースアップ ・ 上期・下期の賞与支給水準の平準化によるマイナス影響
その他	152	145	+6	+4.7	上場維持コスト7百万円の発生
計	419	393	+26	+6.8	
売上高販管費比率	26.3%	30.4%	-		

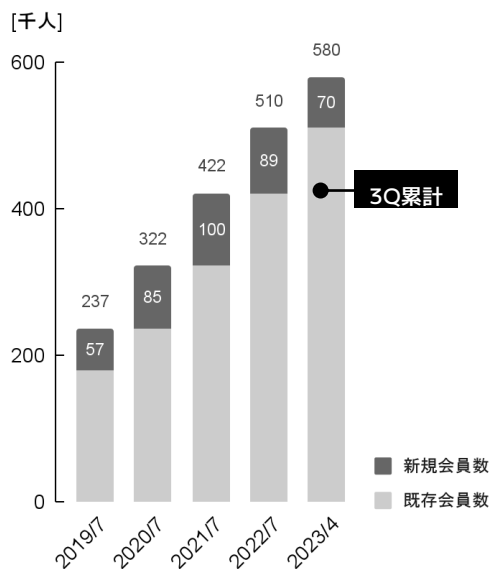
## エンゲージメントアカウント数・会員数・購入者数推移

プラットフォームの成長を示す最も重要な KPI エンゲージメントアカウント数はアプリが牽引し堅調に推移  
会員数や購入者数の推移も順調

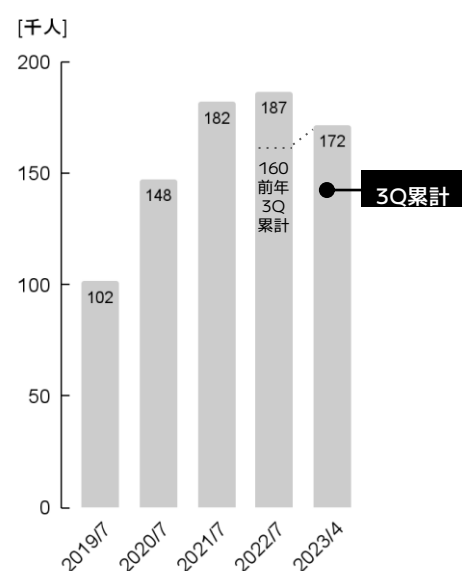
【エンゲージメントアカウント数推移】



【累計会員数（うち新規会員数）推移】



【年間購入者数※推移】

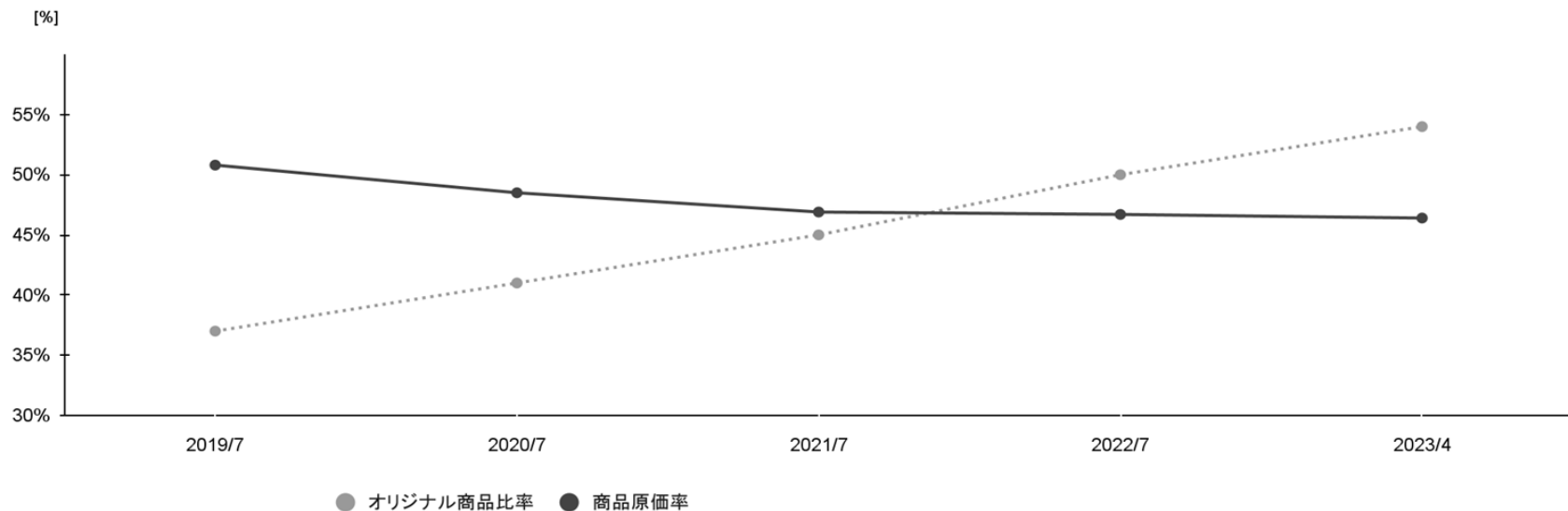


※ユニーク購入者数であり、複数回購入者は1人とカウント

## D2C商品原価率の推移

前期から仕入価格変動は起きているが、価格転嫁により原価率は維持  
オリジナル商品比率上昇により、過去数年は商品原価率は減少傾向

【オリジナル商品比率・商品原価率※推移】



※ 手数料等を含まない商品売上高・商品原価により計算した原価率であり、損益計算書の売上原価率とは異なる

## 2023年7月期 第3四半期 貸借対照表

上場に伴う資金調達により、現預金および純資産が大きく増加。より強固な財務基盤を獲得  
 ネットキャッシュも38.4億円と潤沢

[百万円]

	当3Q末実績	前期末実績	増減	主な増減要因
総資産	5,073	2,987	+2,086	
流動資産	4,883	2,830	+2,052	
現預金	4,080	2,385	+1,694	1,267百万円調達による増、事業活動からの資金獲得
商品	419	251	+168	・5月発売の新商品の在庫準備など ・3Q評価減ゼロ
固定資産	190	156	+33	
負債	940	672	+267	
借入金	237	179	+58	一部借り換えにより増加
その他	702	493	+209	在庫確保のための買掛金増加による増
純資産	4,133	2,314	+1,818	1,267百万円調達、3Q累計利益による増

ネット  
 キャッシュ  
**38.4**億円



## 2023年7月期 第3四半期 キャッシュフロー計算書

3Q累計のFCF実績は+389百万円。今期予想は+600百万円程度と見込む  
主に税金支払の影響により、1Q、3Qの営業キャッシュフローは少額となる

[百万円]

	1Q実績	2Q実績	当3Q実績	当3Q累計 実績
営業活動によるキャッシュフロー	+4	+290	+125	<b>+421</b>
投資活動によるキャッシュフロー	△5	△4	△22	<b>△31</b>
財務活動によるキャッシュフロー	+1,226	△19	+97	<b>+1,305</b>
現金及び現金同等物の増減	+1,226	+1,493	+200	<b>+1,694</b>
現金及び現金同等物の期末残高	3,612	3,879	4,080	<b>4,080</b>
フリー・キャッシュ・フロー	△0	+286	+103	<b>+389</b>

※ 1Q、3Qのキャッシュフロー数値については監査法人のレビューを受けておりません

## 2023年7月期 業績予想の修正

レンジ開示としていた業績予想を精緻化

売上高・各利益ともに期初予想レンジのほぼ上限で着地予想

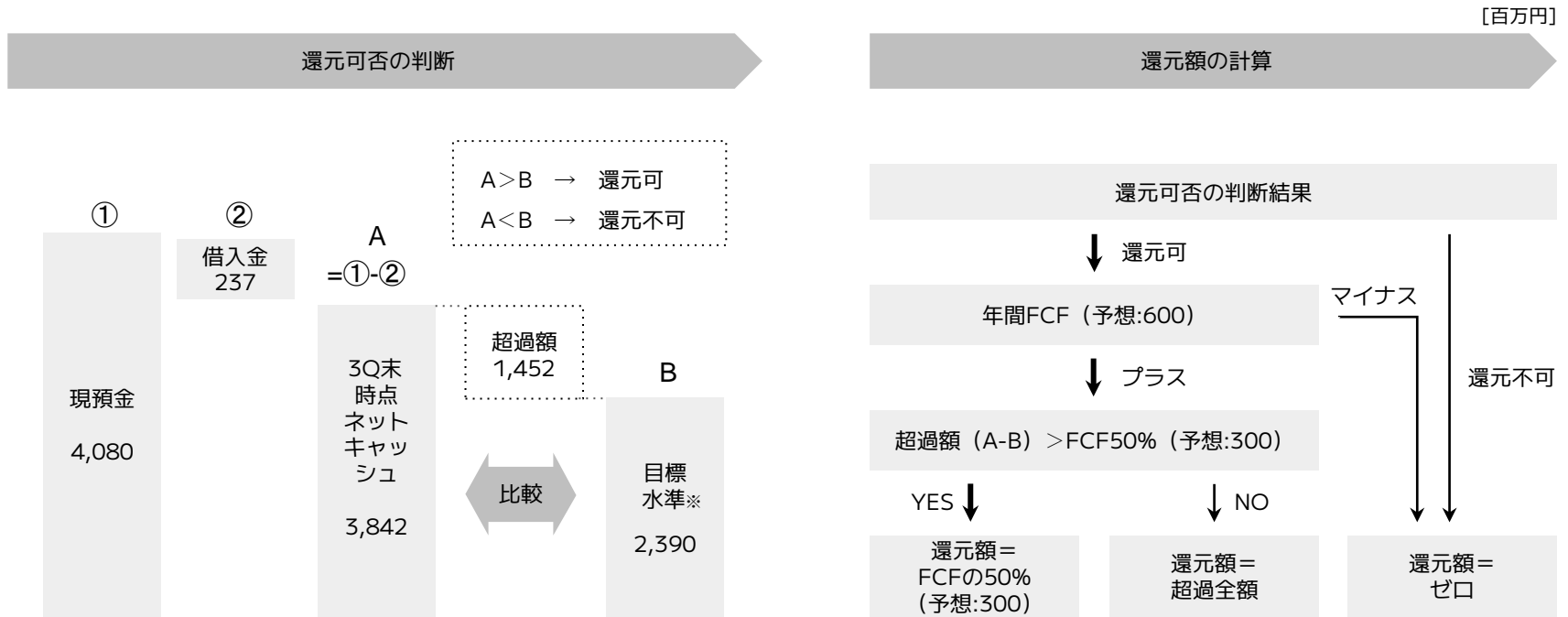
[百万円]

- インフレなど外部環境の影響にもかかわらず、D2C売上はほぼ計画通りに進捗
- コストを抑制し、各利益については期初予想の上限值から若干増額
- 修正予想での経常利益率は15.3%

	修正予想	進捗率[%] 対修正予想	期初予想	増減率[%] 対上限
売上高	6,000	77.1%	5,801~6,044	△0.7%
D2C売上	5,787	77.1%	5,589~5,831	△0.8%
ブランドソリューション 売上	212	78.1%	212	-%
営業利益	920	86.1%	866~903	+1.9%
経常利益	920	85.6%	870~906	+1.5%
当期純利益	635	86.8%	601~626	+1.3%

## 2023年7月期 株主還元の見通し

3Q末時点でもキャッシュポジションに超過額があり、今期は株主還元が可能となる見通し  
2023年7月期の年間FCFの予測から、配当予想は1株当たり40円



※ 目標水準は、当期の広告費を除く販管費の2年分（上記数値は今回修正した2023年7月期の業績予想として設定している販管費の金額を使って計算）

# 03 BUSINESS HIGHLIGHTS

2023年7月期 第3四半期  
事業ハイライト



## D2C・コンテンツパブリッシャー 十分な準備と当社特集テレビ番組効果

当社の認知が急拡大したタイミングで、商品・コンテンツを届けられる状態を構築できていた  
短期的な商品売上、コンテンツによる中長期的な事業成長のアセットを獲得

前年同期比  
+**27.5%**  
売上成長

### ● オリジナルアパレル商品の好調

#### 春いちボトムス

今年で5年目となる  
当店オリジナル・シーズン  
ボトムス



「春いちボトムス2023」

#### オリジナル定番商品

定番ベーシックニットが  
大人気



「今日はなに色？ どのサイズ？」  
ベーシックニットシリーズ

### ● コラボの好調

#### 香菜子さんとのコラボ商品

当社オリジナルアパレルのスタート時から一緒に  
してきたモデルの香菜子さんとの6年目のコラボ  
商品も大好評

「香菜子さんとつくった2WAYリネンブラウス」



#### リップバーム発売時には オリジナルコスメ3周年を記念 したコンテンツも配信

発売記念の読みものとして、  
香菜子さんと店長佐藤とコロ  
ボ当初を振り返り対談



「香菜子さんとつくった  
ほんのり色づくカラーリップバーム」

## ブランドソリューション 案件多数受注

当社ならではのIPを活用したお取り組みや、新しいカテゴリの実績も  
当社ブランドソリューションへの関心が高まっており、新規問い合わせ件数も増加中

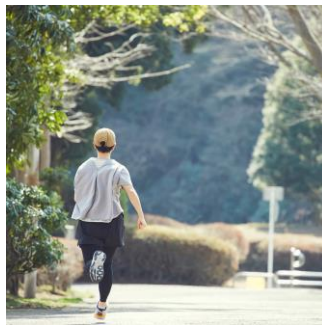
### BRAND MOVIE



化粧品  
「ディセンシア」  
DECENCIA

当社オリジナルのドキュメンタリー番組「うんともすんと日和」とのタイアップ。山口社長の暮らしを密着したドキュメンタリーを通じてブランドへの共感を高め、大きな反響を呼び

### BRAND NOTE



アクティブウエアブランド  
「DANSKIN」  
ゴールドウイン

新カテゴリ：アパレル（アクティブウエア）  
スポーツとともにある自分らしいライフスタイルを実践している女性を通して、ブランドの提案するライフスタイルとウエアを紹介

### BRAND NOTE



ワークチェア  
「パーテブラ03」  
イトーキ

HP遷移率  
**50%**

インテリアに馴染むワークチェアを求める顧客から大きな反響を呼び、当社記事からのクライアント商品紹介ページへの遷移率は驚異の50%

## **APPENDIX.**

## 四半期別 損益計算書推移

[百万円]

	2022/7期				2023/7期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	1,289	1,280	1,294	1,299	1,581	1,446	<b>1,598</b>
D2C売上	1,228	1,192	1,217	1,222	1,509	1,398	<b>1,551</b>
ブランドソリューション売上	61	87	77	76	71	47	<b>47</b>
売上原価	747	733	707	713	921	832	<b>883</b>
売上総利益	541	546	587	586	660	614	<b>715</b>
売上総利益率	42.0%	42.7%	45.4%	45.1%	41.7%	42.5%	<b>44.8%</b>
販管費	345	320	393	360	389	389	<b>419</b>
営業利益	195	226	194	225	270	224	<b>295</b>
営業利益率	15.2%	17.7%	15.0%	17.4%	17.1%	15.6%	<b>18.5%</b>
経常利益	200	230	195	223	260	227	<b>299</b>
経常利益率	15.5%	18.0%	15.1%	17.2%	16.5%	15.7%	<b>18.8%</b>
当期純利益	129	156	129	146	181	157	<b>211</b>



# MANAGEMENT POLICY

経営の考え方



## 経営方針

ミッションを果たすため、我々は最低限「自由」「平和」「希望」を獲得していなければならない

### ● 自由

他者に支配されない  
「自由」を獲得する力。

徹底した自前主義、直接取引主義で他者に意思決定を左右させず、やるべきことをやり、やるべきでないことをやらずにいられる。

### ● 平和

ユニークなポジションを築いて  
望まない競争に巻き込まれない  
「平和」を維持する力。

ユニークかつ独占的なポジションを確立し、無用な競争を避けてミッションに低コストかつ最短距離でブレずに向かう。

### ● 希望

未来は今よりも良いものだと  
無理なく思える  
「希望」を生み出す力。

複利と蓄積のパワーが使える分野にフォーカスすることで、時間経過とともにより効率よく大きなインパクトを生み出せる。

# SHAREHOLDER RETURN POLICY

株主還元方針



## 株主還元方針サマリー

### ○ コンセプト

1. TSR（株主総利回り）を重視したダイナミックな株主還元
2. B/Sマネジメント（キャッシュポジション）の観点から還元可否及び規模を判断
3. 還元を行う場合には、当期フリーキャッシュフロー（FCF）の50%が上限

### ○ TSRを重視するメリット

高成長期にはキャピタルゲイン（値上がり益）、  
成熟期にはインカムゲイン（配当）や自社株買いにより安定した利得が理論的には可能

### ○ 2023年7月期の株主還元予定

当還元方針に従い還元を行う（金額の確定は決算確定後）

注) 当社の株主還元方針は現在の経営環境において合理性のあるものと判断しておりますが、状況変化や期待する効果に対する今後の評価などにより適宜見直しを行い変更する可能性があります。変更する場合には、その内容等を適時に説明致します。

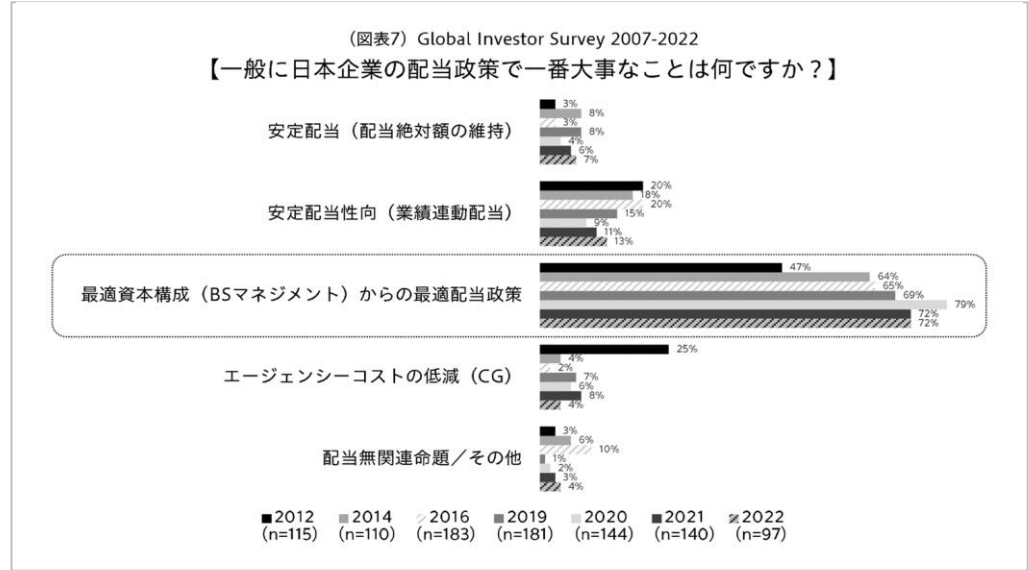
# 株主還元の判断基準

B/Sマネジメント（キャッシュポジション）の観点から還元可否及び規模を判断  
 - グローバル投資家はB/Sマネジメントからの最適配当政策を支持 -

期末のネットキャッシュが目標水準に達しているかどうか、というキャッシュポジションの観点から還元の可否を判断する。

当面の目標水準は安定した経営に必要な固定費の2年分と設定。固定費は広告費を除いた販管費とする。

グローバル投資家サーベイにおいても安定配当よりB/Sマネジメントからの最適配当政策が支持されている。



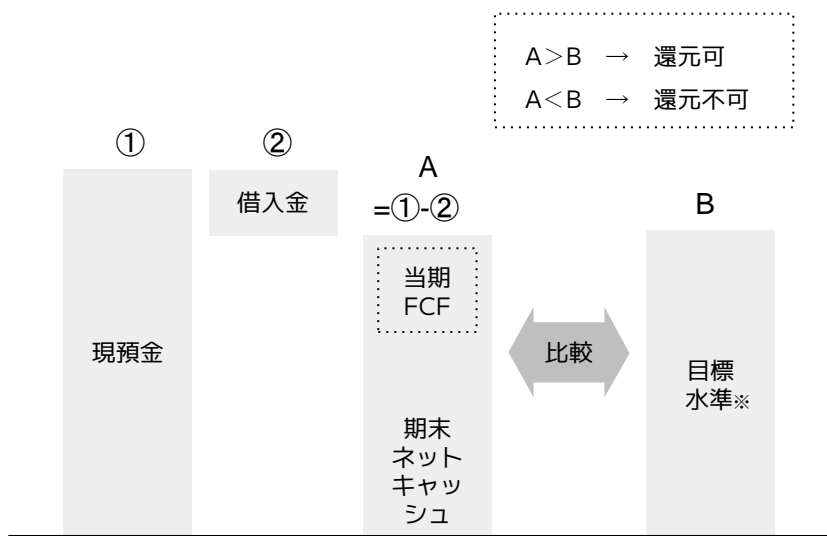
※ 月刊資本市場2022. 7 (No443) p.42-53  
 早稲田大学大学院会計研究科客員教授 柳良平著  
 「日本企業の価値創造に係る資本市場の視座の変遷  
 ~グローバル投資家サーベイ時系列分析（2007-2022）~」参照  
 右記図表7は当該資料抜粋

設問7. 一般に日本企業の配当政策で一番大事なことは何ですか？

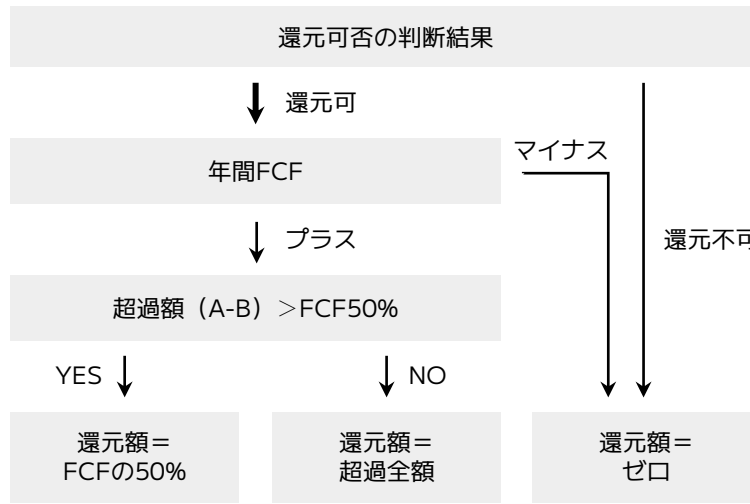
- A. 安定配当（配当絶対額の維持）
- B. 安定配当性向（業績連動配当）
- C. 最適資本構成（BSマネジメント）からの最適配当政策
- D. エージェンシーコストの低減（コーポレートガバナンス）
- E. 配当政策自体が重要ではない、配当無関連命題

## 還元の可否及び還元額の計算方法（図解）

### 還元可否の判断



### 還元額の計算



※ 目標水準は、当期の広告費を除く販管費の2年分

# 株主還元額の計算方法

還元をする場合、FCFの50%を上限に行う

## ○ 還元可否の判断

具体的なキャッシュポジションによる判断は下記とする。

A) 期末ネットキャッシュ

$$= x \text{ 期末現預金} - x \text{ 期末借入金}$$

B) 目標水準

$$= x \text{ 期販管費 (広告費除く)} \times 2$$

A > B の場合 → 還元可

A < B の場合 → 還元不可

## ○ 還元額の計算

還元を実施する場合、FCF(※1)の50%(※2)を上限として株主還元を行う。ただし還元により目標水準を下回らない範囲内とする。

投資局面においては投資を優先する必要があるため、利益ではなく配当原資はFCFを基準とする（還元可と判断されても、FCFがマイナスの場合は還元額ゼロ）。

これにより株主還元、成長投資、内部留保による財務基盤の強化のバランスの取れた配分が可能となる。

※1 FCF = x 期営業CF + x 期投資CF

※2 50%という割合は現在の成長トレンドなどを考慮し設定している。当面は継続する予定だが、成長の局面が変わった場合などには変更を検討する。

## 沿革 北欧カルチャーにインスパイアされて始まったライフカルチャープラットフォーム

「北欧、暮らしの道具店」は、2007年にヴィンテージの北欧食器等を扱うECサイトとして始まった。北欧に関係するものが占める割合は小さくなったが、販売する商品だけでなく、ユーザーとのつながりをつくり、深めるために提供しているコンテンツについても、全て「暮らしを自分らしく、美しいものにすること」、「日常のささやかな幸せを大事にすること」といった、私たちが強く共感した北欧カルチャーの本質に根ざしてつくられている。



### ブランドソリューション\*

サービス開始 2015 「BRAND NOTE」 2018 「BRAND MOVIE」

※ブランドソリューション：クライアント企業のブランドが「選ばれ続けるブランド」になるためのソリューションを提供するBtoBサービス。クライアントのブランドや商品を当社の読み物の一つとして「北欧、暮らしの道具店」サイトに掲載するBRANDNOTEなど多数のソリューションを展開。



## 免責事項

### [ 将来見通しに関する注意事項 ]

- ・ 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- ・ 発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これら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、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

### [ 商標について ]

本資料に掲載されている会社名、ロゴ、製品名、サービス名およびブランドなどは、株式会社クラシコムまたは該当する各社の登録商標または商標です。