



2024年2月期 決算短信〔日本基準〕（連結）

2024年4月12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) 執行役員管理部長 (氏名) 杉 祐次郎 TEL 050-2018-6578 (直通)
定時株主総会開催予定日 2024年5月21日 配当支払開始予定日 2024年5月22日
有価証券報告書提出予定日 2024年5月29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. 2024年2月期の連結業績（2023年3月1日～2024年2月29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	%
2024年2月期	14,665	49.2	1,449	184.1	1,480	173.6	994	189.4
2023年2月期	9,831	—	510	—	541	—	343	—

(注) 包括利益 2024年2月期 994百万円 (189.4%) 2023年2月期 343百万円 (—%)

	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	%	%	%
2024年2月期	7.15	—	15.1	18.0	9.9
2023年2月期	2.47	—	5.6	7.0	5.2

(参考) 持分法投資損益 2024年2月期 ー百万円 2023年2月期 ー百万円

(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)等を前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、対前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	8,649	6,996	80.9	50.29
2023年2月期	7,779	6,187	79.5	44.50

(参考) 自己資本 2024年2月期 6,996百万円 2023年2月期 6,187百万円

(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
2024年2月期	453	△277	△223	4,783
2023年2月期	113	△141	△363	4,828

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			
2023年2月期	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
2024年2月期	—	0.90	—	0.60	1.50	208	60.7	3.4
2024年2月期	—	0.90	—	1.30	2.20	306	30.8	4.6
2025年2月期 (予想)	—	1.20	—	1.10	2.30		30.7	

3. 2025年2月期の連結業績予想（2024年3月1日～2025年2月28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）	6,797	△13.2	852	92.5	859	89.0	578	90.9	4.16
通期	13,536	△7.7	1,542	6.5	1,557	5.2	1,041	4.7	7.48

※ 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：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：有

④ 修正再表示：無

（注）詳細は、添付資料P. 18「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）

② 期末自己株式数

③ 期中平均株式数

2024年2月期	141,072,000株	2023年2月期	141,072,000株
2024年2月期	1,941,848株	2023年2月期	2,018,048株
2024年2月期	139,106,015株	2023年2月期	139,033,512株

(参考) 個別業績の概要

1. 2024年2月期の個別業績 (2023年3月1日~2024年2月29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	%
2024年2月期	13,369	53.2	1,397	168.3	1,435	146.7	1,005	151.8
2023年2月期	8,725	—	520	—	581	—	399	—

	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
2024年2月期	7.23	—
2023年2月期	2.87	—

(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、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
2024年2月期	8,479	7,145	84.3	51.36
2023年2月期	7,704	6,325	82.1	45.49

(参考) 自己資本 2024年2月期 7,145百万円 2023年2月期 6,325百万円

2. 2025年2月期の個別業績予想 (2024年3月1日~2025年2月28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)	6,120	△14.8	860	99.0	857	96.0	598	93.7	4.30
通期	12,155	△9.1	1,550	11.0	1,539	7.3	1,073	6.8	7.72

※ 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. 10「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	10
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	10
(4) 今後の見通し	10
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	11
3. 連結財務諸表及び主な注記	12
(1) 連結貸借対照表	12
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	14
連結損益計算書	14
連結包括利益計算書	15
(3) 連結株主資本等変動計算書	16
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	17
(5) 連結財務諸表に関する注記事項	18
(継続企業の前提に関する注記)	18
(会計上の見積りの変更)	18
(セグメント情報等)	19
(1株当たり情報)	20
(重要な後発事象)	20

1. 経営成績等の概況

(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、新型コロナウイルス感染症の法的位置づけが5類感染症へと移行されたことでコロナ禍からの社会経済活動の正常化が進む一方、不安定な世界情勢の長期化や物価上昇等により、景気の先行きは未だ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、2023年8月31日に経済産業省が公表した「令和4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、2022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13.9兆円（前年比5.4%増）まで拡大し、引き続き大きな成長を示しております。

このような経済状況のもと、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等を通じ業績拡大に取り組んでおります。

以上の結果、当連結会計年度の業績は、売上高14,665,867千円（前年同期比49.2%増）、営業利益1,449,145千円（同184.1%増）、経常利益1,480,475千円（同173.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益994,660千円（同189.4%増）となりました。

セグメント別及びブランド別の売上高、四半期連結会計期間ごとの営業利益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	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	合計
ヘルス&ビューティーケア関連事業	北の快適工房	3,558,776	3,431,152	3,041,472	2,988,184	13,019,585
	SALONMOON	226,871	195,752	199,256	179,803	801,683
	その他ブランド	37,506	158,209	94,233	59,499	349,449
その他事業	—	108,159	116,953	131,507	138,527	495,148
売上高合計		3,931,313	3,902,068	3,466,470	3,366,014	14,665,867
営業利益		△26,725	469,701	632,980	373,189	1,449,145

なお、当事業年度におけるブランド「北の快適工房」及び「その他ブランド」から構成される個別業績に関しましては、売上高13,369,099千円（前年同期比53.2%増）、営業利益1,397,102千円（同168.3%増）、経常利益1,435,280千円（同146.7%増）、当期純利益1,005,205千円（同151.8%増）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、当事業年度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『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

当事業年度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	14,617,606	13,369,099	△1,248,506
売上総利益	11,229,966	10,260,941	△969,025
販売促進費等	7,080,341	6,151,092	△929,248
販売利益	4,149,625	4,109,848	△39,776
営業利益	1,406,460	1,397,102	△9,357

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、直近の事業状況がダイレクトに反映される指標となります。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、直近の事業状況に加え将来の事業拡大に向けた投資状況等の影響も受けます。

当事業年度においては、売上高は13,369,099千円（業績予想比8.5%減）と業績予想を1,248,506千円下回った一方で、営業利益は1,397,102千円（同0.7%減）とほぼ業績予想通りに着地いたしました。販売利益は、4,109,848千円（同1.0%減）とこちらも業績予想通りに着地しており、総運営費もほぼ想定通りに推移しております。

換言すると、当事業年度は売上高が業績予想を下回ったにもかかわらず販売利益は同予想通りに推移している状況であります。それぞれの要因について、下記のとおり「北の快適工房」及び「その他ブランド」に分解したうえ、説明を行います。

(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	14,322,140	13,019,590	△1,302,550	295,466	349,509	+54,043
売上総利益	11,027,191	10,049,581	△977,610	202,774	211,359	+8,585
販売促進費等	6,887,257	5,878,914	△1,008,342	193,083	272,177	+79,094
販売利益	4,139,934	4,170,667	+30,732	9,690	△60,818	△70,508

「北の快適工房」における業績予想と実績の差異要因

（千円）

	業績予想	実績	増減額
売上高	14,322,140	13,019,590	△1,302,550
①発送遅延分の過大計上			
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	9,560,251	8,638,451	△921,799
売上総利益	7,501,368	6,720,915	△780,453
販売促進費等	468,823	456,147	△12,675
販売利益	7,032,545	6,264,767	△767,778
③新規獲得			
売上高	2,990,240	2,627,946	△362,293
売上総利益	2,073,006	1,871,225	△201,780
販売促進費等	6,036,397	4,980,365	△1,056,031
販売利益	△3,963,390	△3,109,139	+854,251
ROAS（注1）	50.8%	55.7%	—
④ECモール			
売上高	1,450,917	1,565,107	+114,190
売上総利益	1,205,930	1,313,053	+107,123
販売促進費等	362,827	424,013	+61,186
販売利益	843,103	889,039	+45,936
販売利益	4,139,934	4,170,667	+30,732

①発送遅延分の過大計上

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、第1四半期会計期間に遅延が完全に解消し、お待たせしていた全てのお客様に商品の発送を完了しております。前事業年度の発送遅延により当事業年度に計上される売上高は188,084千円となった一方で、業績予想において誤って過大に織り込んだため、予想を132,647千円下回りました。また、販売利益は125,999千円であり、予想を101,676千円下回りました。

なお、当該発送遅延分の発生及び業績予想への過大計上による影響は、いずれも第1四半期会計期間に発生したものであり、第2四半期会計期間以降は発生しておりません。

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、その他の調整項目等となっており、当事業年度の売上高は、業績予想を921,799千円下回りました。

1点目の要因といたしまして、下記③「新規獲得」に記載のとおり、当事業年度における新規売上高が業績予想を下回ったことで、定期売上高が想定通りに積み上がりませんでした。当社は新規獲得において厳格な広告投資基準を設けており、基準内での新規獲得ひいては新規売上が拡大した際は定期売上が着実に積み上がる一方、新規売上が減少した際は定期売上也縮小いたします。

第1四半期会計期間（2023年3月1日～2023年5月31日）の新規売上高が業績予想を上回った結果、「第1四半期会計期間において獲得したお客様による当事業年度の定期売上」は業績予想を上回りました。その一方で、第2四半期会計期間以降（2023年6月1日～2024年2月29日）の新規売上高は業績予想を下回り、「第2四半期会計期間以降に獲得したお客様による当事業年度の定期売上」は業績予想を下回りました。後者の影響の方が大きいため、当事業年度の定期売上全体も予想を下回りました。

2点目の要因といたしまして、当事業年度では商品発送後の返品が想定以上に発生しました。この経緯として、前事業年度に実現したクリエイティブ部門のスキルアップにより、より訴求力の強い広告を制作する体制が構築されました。一方で、生み出す広告の訴求力が増したことの反動で、新規顧客の「衝動買い」や「誤注文」が増え、返品、キャンセルが当初の想定より増加しました。

これらの要因により、当事業年度の定期及びその他売上高は業績予想を921,799千円下回りました。なお、広告クリエイティブに関しましては、外部コンサルタントによるレビューも参考にしつつ改めて結果を分析のうえ、「衝動買い」「誤注文」を招かぬよう、より一層表現の最適化を図っております。

この売上高の減少を主因として販売利益は、予想を767,778千円下回りました。

③新規獲得

当事業年度において、新規顧客獲得人数が減少しております。ROASは想定より4.9pt改善いたしました。新規獲得費の投資が業績予想通りに進まなかったことで、新規獲得による売上高が同予想を362,293千円下回りました。売上高の減少等により売上総利益が201,780千円減少しましたが、主に新規獲得費が抑制されたことで販売促進費等は1,056,031千円減少しており、販売利益はこれらの差額である854,251千円業績予想を上回っております。

なお、販売利益が業績予想を上回っておりますが、将来の定期売上につながる新規顧客獲得のための先行投資が減少した結果であり、ポジティブな増益要因ではありません。

④ECモール

当事業年度において、従来からの継続的な取り組みに加え、新商品の取扱い開始、受注過多により販売を停止していた商品の販売再開、モール型フルフィルメントサービス（注2）の活用等により、ECモールの売上高は業績予想を114,190千円上回りました。

これにより、販売利益は業績予想を45,936千円上回ることとなりました。

以上、4点により「北の快適工房」における売上高は13,019,590千円となり、業績予想を1,302,550千円下回りました。一方で、販売利益は4,170,667千円となり、業績予想を30,732千円上回りました。

「その他ブランド」における業績予想と実績の差異要因

「その他ブランド」における主力ブランドの『SPADE』は、当事業年度においては、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でデバイスのリニューアルを実施し、これ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が実現しました。さらに、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の出稿解禁、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広告投資効率が改善したことで新規の獲得が拡大いたしました。

その結果、新規獲得費が想定を上回り、販売利益は業績予想を下回りました。なお、新規獲得費が増えておりますが、ROASは当初の想定を上回っており、広告投資効率を維持したまま先行投資の拡大を実現できております。

以上の結果、当事業年度における『SPADE』をはじめとする「その他ブランド」の売上高は349,509千円となり、業績予想を54,043千円上回りました。一方で、販売利益は、業績予想を70,508千円下回る△60,818千円となりました。

以上、「北の快適工房」においては売上高が業績予想を1,302,550千円下回り、「その他ブランド」においては54,043千円上回ったことで、個別業績における売上高は業績予想14,617,606千円に対し実績は13,369,099千円（業績予想比8.5%減）と予想を下回って着地いたしました。

その一方、「北の快適工房」における販売利益が業績予想を30,732千円上回り、「その他ブランド」では70,508千円下回ったことで、個別業績における販売利益は業績予想4,149,625千円に対し実績は4,109,848千円（同1.0%減）とほぼ予想通りに着地いたしました。

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

当連結会計年度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。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。

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
広告宣伝費 (百万円)	120	133	158	198	221	242	236	328	325	410	553	485
	23年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	24年 1月	2月
	544	617	601	478	405	386	334	284	227	267	372	332

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ンネルは、当社が独自に運営するECサイト経由の「自社サイト等（注3）」とAmazonや楽天市場等の「ECモール」となります。当連結会計年度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、将来の定期売上への源泉となる「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、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。

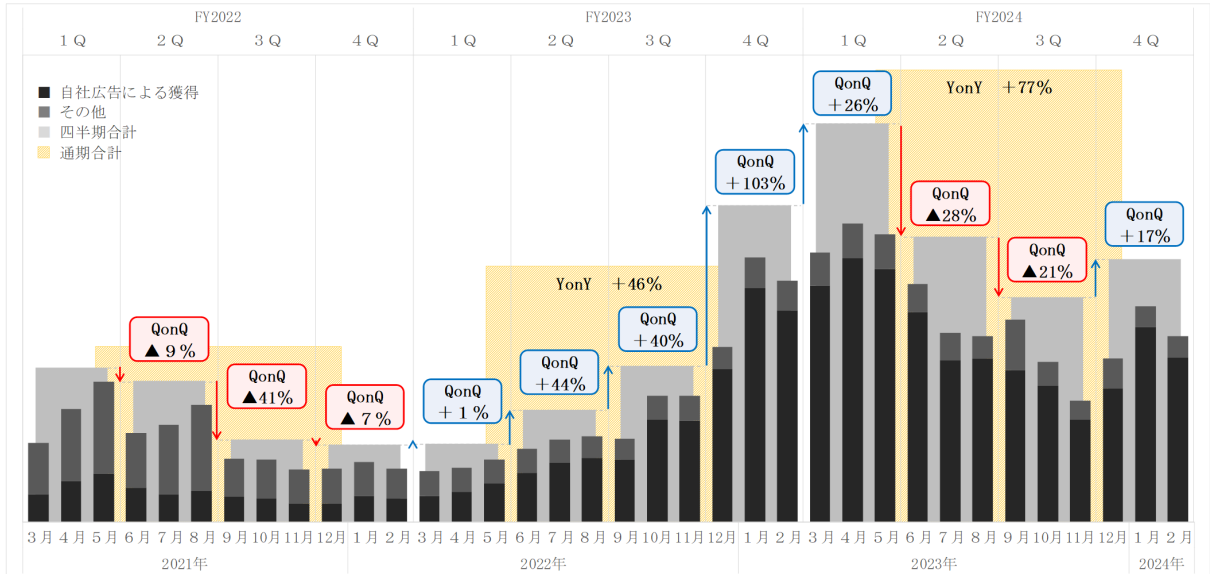
また、「自社サイト等」は、「自社広告による獲得」と、アフィリエイト経由等の獲得である「その他」から構成されますが、自社広告による獲得構成比が高くなってきたこと及び当社における投資効率を正確に計るため、広告投資効率指標においては自社広告による獲得のみの数値を記載しております。

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

当連結会計年度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。



当連結会計年度における新規顧客獲得人数は、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、新たに開始した施策等が好調だったこと、足元では動画広告やAIを活用したクリエイティブ制作等の新たな手法により、自社広告での獲得が拡大しております。特に、2023年4月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する等、当連結会計年度における新規顧客獲得人数は、前年同期比77%増に拡大しております。

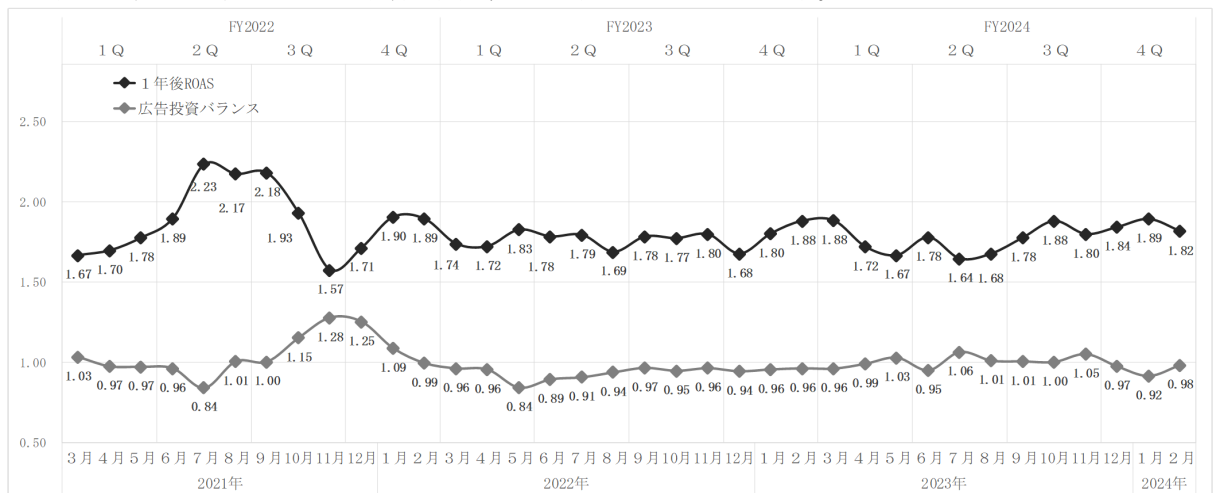
従来の当社は、クリック率の高い広告や購入率が高い販売ページ等の「良いクリエイティブを作ること」を課題として抱えておりましたが、連結会計年度ごとに新規顧客獲得人数が拡大していることから、当社クリエイティブの作成スキルは従来のレベルからは着実に引き上がっていると認識しております。

しかしながら、クリエイティブは一定期間を経過すると「疲弊（見飽きられる）現象」が生じユーザーの反応が悪化していくため、視点や切り口を変えた新鮮なクリエイティブを次々と作成する必要があります。さらには獲得規模が拡大すればするほど、それらの維持・拡大にはより高いスキルが必要となります。今後は、「より高いレベルのクリエイティブを継続的に作り続けること」が求められますので、引き続き経験者の採用や社内教育、組織基盤の構築等を通じたクリエイティブ部門の底上げに注力し、新規顧客獲得人数の安定的な拡大を図ってまいります。

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1年ROAS（注4）を注視することが必要となります。一方で、1年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。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（注6）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。

当連結会計年度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。



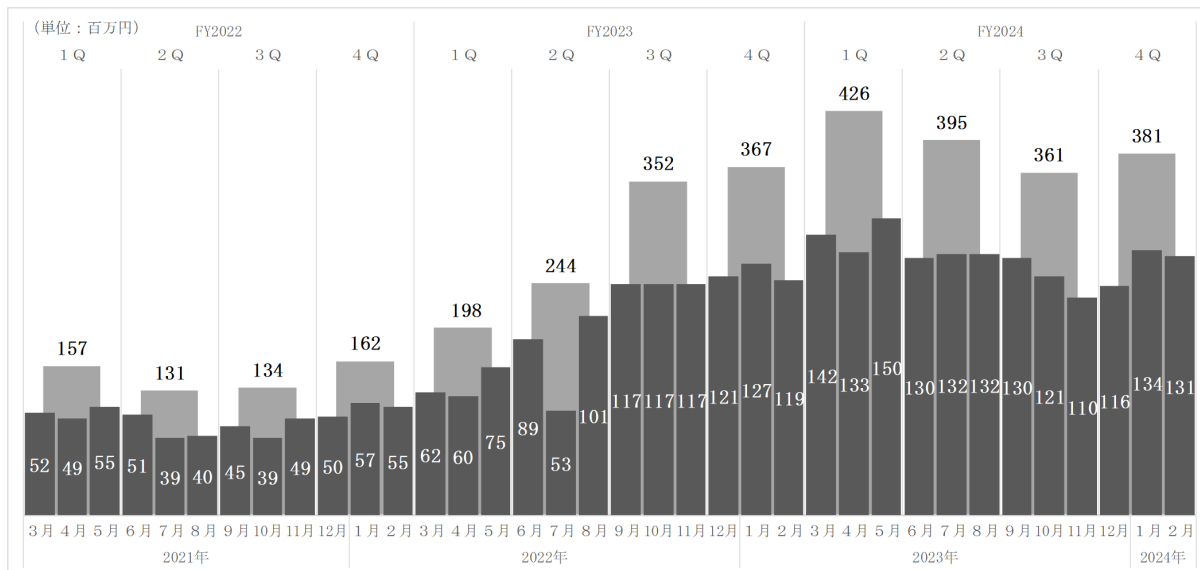
2022年2月期においては、イレギュラーな事象による一時的な変動(注7)があったものの、2023年2月期以降は一定の水準で推移しております。

当連結会計年度においても、基本的に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推移しております。一部、広告投資バランスが1.00を超過している月もございますが、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の割合が一時的に増加したことによる計画的なものです。また、広告投資バランスが1.00を大きく下回る月に関しては、良いクリエイティブが生まれた際に見られる「新規獲得単価が下がりながらも新規獲得は増加する現象」であり、こちらも一時的なものであります。

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

当連結会計年度におけるECモールの売上高推移は、下記のとおりであります。

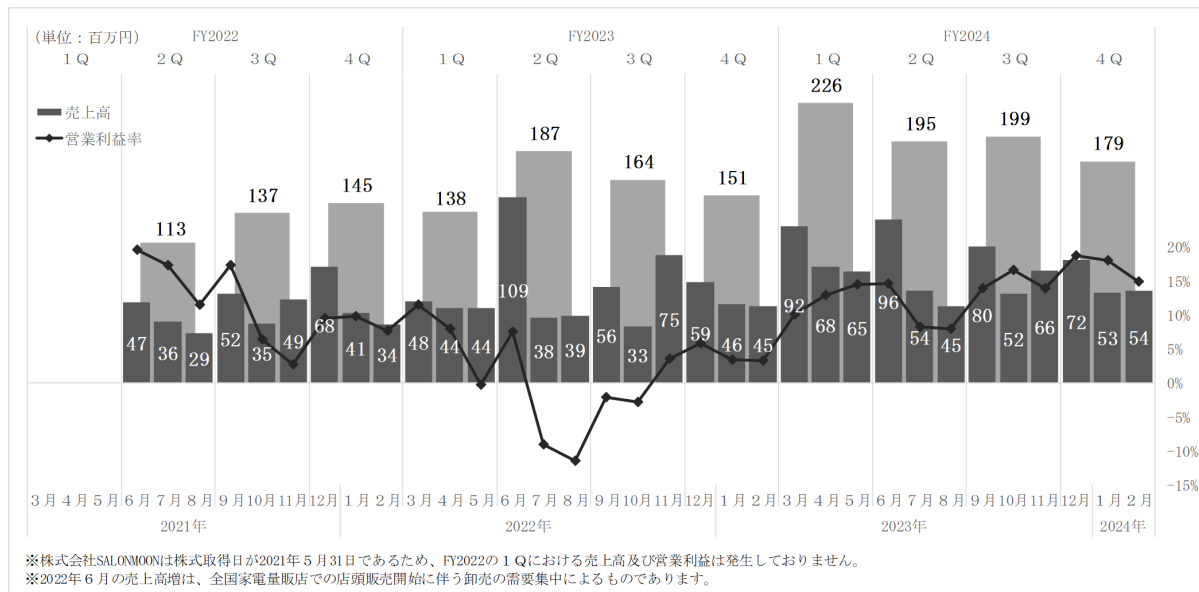


当社では、成長市場であるECモール商圏を積極的に取り込むべく、専任者を複数名配置しECモールの拡大に取り組んでおります。当連結会計年度においても、引き続きECモールに特化した販促活動やクリエイティブの制作及び広告最適化、各ECモールにおけるセールへの参加、新商品の取扱い開始、受注過多により販売を停止していた商品の販売再開、モール型フルフィルメントサービスの活用にも努めております。

今後も様々な施策を展開し、さらなる売上拡大に取り組んでまいります。

(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。



※株式会社SALONMOONは株式取得日が2021年5月31日であるため、FY2022の1Qにおける売上高及び営業利益は発生しておりません。
 ※2022年6月の売上高増は、全国家電量販店での店頭販売開始に伴う卸売の需要集中によるものであります。

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。

当連結会計年度においては、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ます。さらに、2023年6月より大手バラエティショップ「ロフト」での一部の店頭での販売を開始し、2023年8月には全国の店舗に拡大したほか、2023年10月には総合ディスカウントストア「ドン・キホーテ」でも取扱いを開始する等、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おります。これにより、「SALONMOON」ヘアアイロンシリーズの累計出荷台数は94万台を突破する等、順調に拡大しております。

以上の結果、当連結会計年度における「SALONMOON」の売上高は801,683千円（前年同期比24.9%増）となりました。

なお、前連結会計年度においては、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、当連結会計年度は従来の営業利益率の水準を維持しております。

2023年7月及び8月の営業利益率が低下しておりますが、施策による一時的な費用増加、販路拡大に伴う初期費用の発生、売上高に占める販売チャネル構成比の変動によるものであります。

(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) モール型フルフィルメントサービス

各ECモールが展開する、商品の保管、注文処理、梱包、出荷等の一連の業務を代行するサービス。

(注3) 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4) 1年ROAS

広告出稿に対して1年間でどれだけの上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CP0に対してどの程度のCP0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CP0の設定が10,000円、CP0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6) 上限CP0

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「CP0 (Cost Per Order)」と、顧客が将来もたらす「LTV」（注8）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。

(注8) 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。

（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869,979千円増加し、8,649,454千円となりました。この主な要因は、受取手形、売掛金及び契約資産が108,784千円、棚卸資産が853,947千円、差入保証金が124,190千円増加した一方で、のれんが65,936千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60,530千円増加し、1,652,713千円となりました。この主な要因は、未払法人税等が476,716千円増加した一方で、買掛金が328,322千円、未払金が128,903千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809,449千円増加し、6,996,741千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が786,008千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、親会社株主に帰属する当期純利益による増加が994,660千円、剰余金の配当による減少が208,651千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44,987千円減少し、4,783,053千円となりました。

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、453,692千円（前連結会計年度は113,637千円の増加）となりました。この主な要因は、税金等調整前当期純利益1,498,715千円が生じた一方で、棚卸資産の増加額853,947千円、仕入債務の減少額328,322千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、277,774千円（前連結会計年度は141,009千円の減少）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80,297千円、差入保証金の差入による支出129,353千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、223,533千円（前連結会計年度は363,127千円の減少）となりました。この主な要因は、配当金の支払額208,295千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、2025年2月期を、中長期的に安定的な成長を実現するために主要事業であるヘルス&ビューティーケア関連事業を中心に内部組織体制を強化する期間と位置づけております。

特に、主力ブランドである「北の快適工房」において、これまで培ってきたマーケティングにおけるクリエイティブスキルを更に向上することに加え、人員を増員し組織力強化を図ります。

P. 7「1. 経営成績等の概況（1）当期の経営成績の概況 自社サイト等の新規顧客獲得人数推移」に記載のとおり、新規顧客獲得人数は、2022年2月期～2024年2月期にかけて自社サイト等を中心に順調に拡大を続けており、当社集客部門のクリエイティブスキルは、着実に向上しております。

しかしながら、新規顧客獲得人数の増加に伴い拡大した顧客基盤の維持やさらなる成長には、より高度なクリエイティブスキルが求められるため、集客部門のスキルレベルを今以上に引き上げることが必要となります。また、当社が設定する厳格な基準をクリアした商品のラインナップは30商品を超えておりますが、集客部門のリソース不足の影響で、十分な販促活動を行えている商品はわずか数商品にとどまっており、さらなる新規獲得の拡大にはこうしたリソース不足を解消する必要もあります。

このような現状を踏まえ、社内教育・研修体制の整備や改善、さらには集客部門の人材採用強化に取り組んでまいります。また、採用については、クリエイティブスキルやデザインセンスを有していることに加え、戦略の立案や企画の実行等、一つの商品の責任者として陣頭指揮を取ることができるリーダースキルを併せ持っている人材の獲得に注力してまいります。

顧客基盤の拡大に伴い、2025年2月期は、集客部門のみならず、カスタマーサービス部やバックオフィス部門における採用も強化することから、当社全体の人員数は前年同期末比で2割程度の増員を予定しております。また、人員の拡大に伴いより広いオフィススペースを確保するため、2024年6月に東京本社の同ビル内でのフロア移転を予定しております。これにより、人件費や家賃等を含む総運営費は増額を見込んでおります。

2025年2月期は、上記を中心とした内部体制整備に優先的に注力し事業拡大を目指すものの、業績予想には現在

の新規獲得状況のまま推移することを前提とした保守的な見通しを織り込んだ結果、主に広告宣伝費から構成される販売促進費等は大幅に縮小され、各段階利益は増額となると見込んでおります。

以上により、2025年2月期の個別業績予想につきましては、売上高12,155,659千円（前年同期比9.1%減）、営業利益1,550,460千円（同11.0%増）、経常利益1,539,559千円（同7.3%増）、当期純利益1,073,860千円（同6.8%増）を見込んでおります。

管理会計指標を含む各数値は、下記のとおりであります。

(千円)

	2024年2月期	2025年2月期（予想）	増減額
売上高	13,369,099	12,155,659	△1,213,439
売上総利益	10,260,941	9,482,898	△778,042
販売促進費等	6,151,092	4,836,779	△1,314,312
販売利益	4,109,848	4,646,118	+536,269
総運営費	2,712,745	3,095,658	+382,912
営業利益	1,397,102	1,550,460	+153,357

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、取扱い店舗数の拡大や引き続き各種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、2025年2月期における連結業績予想につきましては、売上高13,536,172千円（前年同期比7.7%減）、営業利益1,542,935千円（同6.5%増）、経常利益1,557,362千円（同5.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,041,135千円（同4.7%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 (2023年2月28日)	当連結会計年度 (2024年2月29日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	4,828,041	4,783,053
受取手形、売掛金及び契約資産	680,960	789,744
商品及び製品	846,138	1,658,074
仕掛品	17,556	4,389
原材料及び貯蔵品	95,157	150,335
その他	524,017	323,723
貸倒引当金	△6	△12
流動資産合計	6,991,865	7,709,308
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	565,516	500,185
減価償却累計額	△390,352	△406,938
建物及び構築物 (純額)	175,164	93,247
機械装置及び運搬具	175,188	211,037
減価償却累計額	△168,845	△149,250
機械装置及び運搬具 (純額)	6,342	61,787
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	105,893	133,723
減価償却累計額	△54,904	△72,293
その他 (純額)	50,988	61,429
有形固定資産合計	232,495	216,464
無形固定資産		
のれん	214,293	148,357
その他	38,066	109,504
無形固定資産合計	252,360	257,861
投資その他の資産		
差入保証金	241,632	365,822
繰延税金資産	46,975	84,333
その他	22,080	23,598
貸倒引当金	△7,934	△7,934
投資その他の資産合計	302,753	465,819
固定資産合計	787,609	940,146
資産合計	7,779,475	8,649,454

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2023年2月28日)	当連結会計年度 (2024年2月29日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	394,863	66,540
未払金	821,954	693,050
リース債務	15,237	14,071
未払法人税等	3,390	480,107
株主優待引当金	51,492	72,125
資産除去債務	2,000	—
その他	86,755	190,102
流動負債合計	1,375,693	1,515,998
固定負債		
リース債務	22,527	8,455
繰延税金負債	773	0
役員退職慰労引当金	3,712	4,922
退職給付に係る負債	15,035	16,192
資産除去債務	152,603	86,765
その他	21,837	20,378
固定負債合計	216,489	136,714
負債合計	1,592,183	1,652,713
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	255,901	263,154
利益剰余金	6,074,934	6,860,943
自己株式	△417,536	△401,349
株主資本合計	6,187,291	6,996,741
非支配株主持分	—	—
純資産合計	6,187,291	6,996,741
負債純資産合計	7,779,475	8,649,454

(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 2022年3月1日 至 2023年2月28日)	当連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)
売上高	9,831,486	14,665,867
売上原価	2,528,157	3,833,609
売上総利益	7,303,329	10,832,257
販売費及び一般管理費	6,793,180	9,383,111
営業利益	510,148	1,449,145
営業外収益		
受取利息	121	126
為替差益	5,562	1,132
受取弁済金	1,908	6,626
サンプル売却収入	4,685	1,156
印税収入	12,623	14,603
固定資産受贈益	5,300	4,800
その他	2,719	4,212
営業外収益合計	32,920	32,658
営業外費用		
支払利息	1,974	1,284
その他	28	44
営業外費用合計	2,003	1,328
経常利益	541,064	1,480,475
特別利益		
資産除去債務戻入益	—	18,891
特別利益合計	—	18,891
特別損失		
固定資産売却損	—	651
固定資産除却損	371	0
関係会社株式評価損	9,999	—
特別損失合計	10,371	651
税金等調整前当期純利益	530,693	1,498,715
法人税、住民税及び事業税	174,742	542,187
法人税等調整額	12,277	△38,131
法人税等合計	187,020	504,055
当期純利益	343,672	994,660
非支配株主に帰属する当期純利益	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	343,672	994,660

(連結包括利益計算書)

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2022年3月1日 至 2023年2月28日)	当連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)
当期純利益	343,672	994,660
包括利益	343,672	994,660
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	343,672	994,660
非支配株主に係る包括利益	—	—

(3) 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度 (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

当連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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	255,901	6,074,934	△417,536	6,187,291	—	6,187,291
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	255,901	6,074,934	△417,536	6,187,291	—	6,187,291
当期変動額							
剰余金の配当			△208,651		△208,651		△208,651
親会社株主に帰属する当期純利益			994,660		994,660		994,660
自己株式の取得					—		—
譲渡制限付株式報酬		7,253		16,187	23,441		23,441
株主資本以外の項目の当期変動額 (純額)							—
当期変動額合計	—	7,253	786,008	16,187	809,449	—	809,449
当期末残高	273,992	263,154	6,860,943	△401,349	6,996,741	—	6,996,741

(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 2022年3月1日 至 2023年2月28日)	当連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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	530,693	1,498,715
減価償却費	62,809	72,824
のれん償却額	65,936	65,936
固定資産除売却損益 (△は益)	371	651
関係会社株式評価損	9,999	—
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	5,448	6
株主優待引当金の増減額 (△は減少)	△6,421	20,633
役員退職慰労引当金の増減額 (△は減少)	△4,422	1,210
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	3,270	1,156
移転損失引当金の増減額 (△は減少)	△4,979	—
為替差損益 (△は益)	△7,616	△2,638
受取利息及び受取配当金	△121	△126
支払利息	1,974	1,284
売上債権の増減額 (△は増加)	△180,964	△108,784
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△106,519	△853,947
仕入債務の増減額 (△は減少)	234,554	△328,322
未払金の増減額 (△は減少)	492,886	△148,702
その他	△295,366	114,693
小計	801,533	334,591
利息及び配当金の受取額	121	126
利息の支払額	△1,974	△1,284
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)	△768,304	120,258
営業活動によるキャッシュ・フロー	113,637	453,692
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	△97,748	△80,297
無形固定資産の取得による支出	△7,412	△71,450
差入保証金の差入による支出	△76,990	△129,353
差入保証金の回収による収入	55,451	5,172
資産除去債務の履行による支出	△14,310	△2,048
その他	—	201
投資活動によるキャッシュ・フロー	△141,009	△277,774
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	△16,039	△15,237
配当金の支払額	△347,087	△208,295
財務活動によるキャッシュ・フロー	△363,127	△223,533
現金及び現金同等物に係る換算差額	7,587	2,628
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△382,911	△44,987
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期末残高	4,828,041	4,783,053

(5) 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。

(会計上の見積りの変更)

(耐用年数及び資産除去債務の見積りの変更)

当連結会計年度において、東京本社の移転(同ビル内のフロア移転)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。また、不動産賃貸借契約に伴う原状回復費用として計上していた資産除去債務についても、新たな情報の入手に伴い、原状回復費用及び使用見込期間に関し見積りを変更しております。

これにより、資産除去債務残高が65,993千円減少し、従来の方法に比べて、当連結会計年度の営業利益、経常利益はそれぞれ21,693千円、税金等調整前当期純利益は2,802千円減少しております。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

前連結会計年度 (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 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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。

【関連情報】

前連結会計年度 (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。

当連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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 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 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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 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 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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 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 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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 2022年3月1日 至 2023年2月28日)	当連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)
1株当たり純資産額	44.50円	50.29円
1株当たり当期純利益	2.47円	7.15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 2022年3月1日 至 2023年2月28日)	当連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)
親会社株主に帰属する当期純利益 (千円)	343,672	994,660
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)	343,672	994,660
普通株式の期中平均株式数 (株)	139,033,512	139,106,015

(重要な後発事象)

該当事項はありません。