



## 2022年2月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2022年1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 050-2018-7864 (直通)  
 四半期報告書提出予定日 2022年1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：無

(百万円未満切捨て)

### 1. 2022年2月期第3四半期の連結業績（2021年3月1日～2021年11月30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	%
2022年2月期第3四半期	7,296	—	1,600	—	1,619	—	1,102	—
2021年2月期第3四半期	—	—	—	—	—	—	—	—

(注) 包括利益 2022年2月期第3四半期 1,099百万円 (—%) 2021年2月期第3四半期 一百万円 (—%)

	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
2022年2月期第3四半期	7.93	—
2021年2月期第3四半期	—	—

(注) 2022年2月期第1四半期より四半期連結財務諸表を作成しているため、2021年2月期第3四半期の数値及び対前年同四半期増減率について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
2022年2月期第3四半期	7,043	5,903	83.8	42.47
2021年2月期	—	—	—	—

(参考) 自己資本 2022年2月期第3四半期 5,903百万円 2021年2月期 一百万円

(注) 2022年2月期第1四半期より四半期連結財務諸表を作成しているため、2021年2月期の数値については記載しておりません。

### 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
2021年2月期	—	1.80	—	1.20	3.00
2022年2月期	—	1.30	—	—	—
2022年2月期（予想）	—	—	—	1.40	2.70

(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. 2022年2月期の連結業績予想（2021年3月1日～2022年2月28日）

(%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		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	9,486	—	2,036	—	2,054	—	1,404	—	10.10

(注) 1. 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：有

2. 2022年2月期第1四半期より四半期連結財務諸表を作成しているため、対前期増減額については記載しておりません。

※ 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.12「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 : 有
- ③ 会計上の見積りの変更 : 有
- ④ 修正再表示 : 無

(注) 「四半期連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則」第10条の5に該当するものであります。詳細は、添付資料P.12「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(会計方針の変更)」をご覧ください。

(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)	2022年2月期3Q	141,072,000株	2021年2月期	141,072,000株
② 期末自己株式数	2022年2月期3Q	2,083,000株	2021年2月期	2,105,200株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2022年2月期3Q	138,979,636株	2021年2月期3Q	138,966,800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

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.7「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。

(参考)

1. 2022年2月期第3四半期の個別業績(累計)(2021年3月1日~2021年11月30日)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2022年2月期第3四半期	6,785	△3.2	1,614	2.6	1,645	4.0	1,128	3.9
2021年2月期第3四半期	7,012	△7.1	1,573	△27.9	1,582	△27.7	1,086	△26.9

2. 2022年2月期の個別業績予想(2021年3月1日~2022年2月28日)

(%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		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	8,699	△6.2	2,051	1.0	2,090	2.0	1,415	2.0	10.18

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無: 有

○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	7
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	7
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	8
(1) 四半期連結貸借対照表	8
(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	9
四半期連結損益計算書	
第3四半期連結累計期間	9
四半期連結包括利益計算書	
第3四半期連結累計期間	10
(3) 四半期連結キャッシュ・フロー計算書	11
(4) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	12
(継続企業の前提に関する注記)	12
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	12
(連結の範囲又は持分法適用の範囲の変更)	12
(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用)	12
(会計方針の変更)	12
(会計上の見積りの変更と区別することが困難な会計方針の変更)	12
(セグメント情報等)	12
(重要な後発事象)	12
(追加情報)	12

## 1. 当四半期決算に関する定性的情報

当社グループ（当社及び当社の関係会社）は、2021年3月31日を株式取得日として株式会社エフエム・ノースウエーブを、2021年5月31日を株式取得日として株式会社ASHIGARUをそれぞれ連結子会社化し、第1四半期連結会計期間より四半期連結財務諸表作成会社に移行いたしました。従いまして、前年同四半期の四半期連結財務諸表及び前連結会計年度の連結財務諸表を作成しておりませんので、これらとの比較分析は行っておりません。

### （1）経営成績に関する説明

当第3四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拡大を受け、政府より繰り返し発令されていた緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の解除や、ワクチン接種の普及により新規感染者数が減少したことから、経済活動の正常化が期待されました。一方で、感染症は未だ収束しておらず、海外においては感染が再拡大する国が増加していることから、国内において感染症が再び拡大する不安は払拭できず、国内景気の先行きは依然として不透明な状況であります。

このような環境のもと、当社グループは「日本を代表する次世代のグローバルメーカーとなる」ことをビジョンに掲げ、さらなる事業の拡大と収益性の向上を目指しております。ビジネスモデル・事業概要・今後の展望等については以下の動画からご確認いただけます。（<https://www.kitanotatsujin.com/aboutus/media-performance/>）

当連結会計年度においては、主要事業である「EC事業」にてアフィリエイト（注1）事業者との連携強化及びECモールにおける販路拡大を通じた新規獲得件数の増加を筆頭に、連結子会社となった2社における事業拡大及びグループ間のシナジー効果の発揮、高品質な製品を有しているものの成長途上にあるD2C×EC企業の積極的なM&A、採用した起業志望者による新規D2C事業の立ち上げ等を予定しております。

また、商品戦略においては転換期を迎えており、従前のニッチマーケットにおいて圧倒的なシェアを獲得するニッチトップ戦略に加えて、マスマーケットにおいて一部シェアを獲得する戦略を併用しております。従来は、消費者のニッチなニーズを的確に捉えた高品質な商品を想定する顧客層にのみピンポイントで届けることで、ブランド力や知名度に依存しない販売戦略を展開してまいりました。一方、スマートフォンやタブレット等のモバイル端末が普及し、インターネットの利用拡大に伴い情報量が増加したことで、消費者が複数の商品を比較・検討したうえで最も良い商品を選択するようになる等、購買行動に大きな変化がみられております。このような市場環境の変化により、従前と同様に消費者ニーズを捉えた高品質な商品を開発することで、マスマーケットにおいてもブランド力や知名度に依存せずとも一定のシェアの獲得が可能であると判断したため、現在はマスマーケット向けの商品も開発しております。

第1弾となる「真皮ケアオールインワンジェル『シンピスト』（医薬部外品）」を2021年8月17日より、第2弾となる「薬用 発毛促進剤『モウダス』（医薬部外品）」を2021年10月19日より発売いたしました。

これらの施策及び戦略の推進を通じて、さらなる事業の拡大及び収益性の向上に努めております。

当第3四半期連結累計期間は当社グループの主要事業であるEC事業において、新商品のリリース準備、リリース後の積極的なプロモーションを行ったほか、アフィリエイト事業者との連携強化、国内ECモールにおけるさらなる売上拡大や米国Amazonにおけるテスト販売の稼働等に注力いたしました。また、連結子会社となった株式会社ASHIGARUについて、運営や業務の引き継ぎに加え、売上拡大に向けた各種施策を本格的に打ち出しており、今後のさらなる事業拡大に向けた商品開発や販路の開拓等にも取り組みました。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間における売上高は7,296,790千円、営業利益は1,600,428千円、経常利益は1,619,030千円、親会社株主に帰属する四半期純利益は1,102,558千円となりました。

セグメント別、ブランド別の売上高は下記のとおりです。

セグメント の名称	ブランド名	第1四半期 連結会計期間 金額（千円）	第2四半期 連結会計期間 金額（千円）	第3四半期 連結会計期間 金額（千円）
EC事業	北の快適工房	2,306,738	2,355,322	2,123,289
	SALONMOON	—	113,123	137,184
その他	—	65,331	96,967	98,832
合計		2,372,070	2,565,413	2,359,306

当社グループは、EC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、EC事業におけるブランド別の詳細な経営成績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スキンケア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。40代以降の男女が主な顧客層であり、基本的に全ての商品が一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

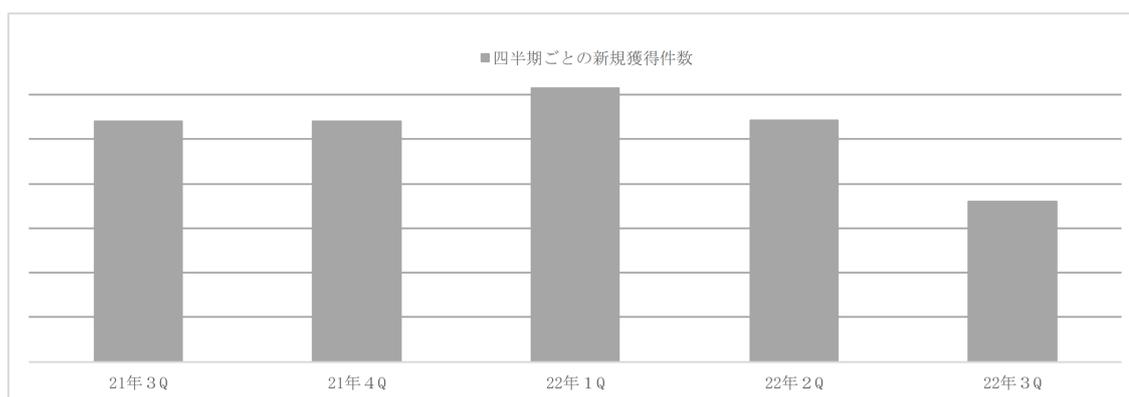
当第3四半期連結累計期間における「北の快適工房」の実績及び業績予想（計画）比は、下記のとおりです。

なお、当第3四半期連結累計期間においてセグメント間取引が発生いたしましたが、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。

	当第3四半期連結累計期間			前第3四半期 累計期間
	業績予想（計画）	実績	業績予想（計画）比	
売上高（千円）	6,864,602	6,785,350	△79,251	7,012,194
売上総利益（千円）	5,271,249	5,281,102	9,853	5,292,619
広告宣伝費（千円）	2,033,445	1,786,718	△246,727	2,023,800
営業利益（千円）	1,293,202	1,614,147	320,945	1,573,564

当第3四半期連結累計期間においては広告出稿量が抑制されたことに伴い新規獲得件数が想定を下回り、売上高は予想を下回る6,785,350千円となりました。一方で、広告宣伝費が計画より大きく抑制されたこと、原価率が低い商品の売上構成比率が高まり売上総利益率が予想より1%以上改善したことにより、営業利益は予想を大きく上回る1,614,147千円となりました。

新規獲得件数及び広告宣伝費



月次	20年 9月	10月	11月	12月	21年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
広告宣伝費 (百万円)	235	219	213	226	229	202	157	274	336	214	169	236	137	128	131

当第3四半期連結会計期間においては、広告宣伝費が直前会計期間（第2四半期連結会計期間）の64%にまで抑制されたことにより、新規獲得件数は同66%と大きく減少いたしました。

2021年8月より「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」（薬機法）が一部改正され、課徴金制度等が新たに盛り込まれました。当社は従来より薬機法に関わる表現において自主基準にて厳密に管理しており、今回の改正によってリスクが増大することは考えられませんが、課徴金の徴収対象は広告主に限定されず、広告メディア等も対象となることから、各広告メディアが自社の広告掲載基準を過度に厳格化いたしました。これにより、薬機法上の表現として問題のない広告であっても審査落ちしてしまい広告出稿ができず、当社の見解を伝えたくて再審査を請求すると出稿される等の状態が多発し、適宜・適切な広告出稿を行えず結果として広告出稿量を大幅に減らすこととなりました。また、当社の長年の課題であるクリエイティブ部門（ユーザーの購買意欲を高められるような広告、販売ページ等を制作する部門）の整備や教育が追いついていないことも、新規獲得件数減少の一因です。

なお、後述するROAS（注2）や広告投資バランス（注3）にも現れているとおり、広告の獲得効率は問題無く正常な広告運用ができていたものの、広告出稿量が減ったため、広告宣伝費の投資が計画より大幅に下回る結果となりました。

そのほか、新規獲得件数増加のために実施した施策は下記のとおりです。

① アフィリエイト

前事業年度より注力しているアフィリエイト事業者との連携強化に引き続き取り組んでおります。アフィリエイト対応専門チームを立ち上げ、新規獲得件数の増加を図るためクリエイティブや施策に関する定期的な意見交換や、アフィリエイト向け商品説明会を開催し商品特性や訴求ポイントの共有を通じた商品理解の醸成にも努めております。しかし、獲得が好調だった広告原稿の疲弊や、特定の広告媒体における広告相場の急激な高騰、さらに前述した各広告メディアでの広告出稿量減少により、当第3四半期連結会計期間におけるアフィリエイトによる新規獲得件数は直前会計期間の51%にまで縮小しております。

こうした特定の商品や広告媒体に依存するリスクを鑑み、複数の商品や媒体による新規獲得に取り組んでいるほか、従来のインターネット受注に加え電話での受注にも対応する等の注文動線の複数設置、アフィリエイト事業者と共同で既存顧客への座談会を開催し顧客の生の声をクリエイティブに反映する等の施策により、引き続き件数の拡大に努めてまいります。

② ECモール

「北の快適工房」では、ECモールにおける規模や顧客特性等から、ECモール攻略は優先度が低いと判断しておりました。しかし、ECモールを利用するユーザーが急激に拡大してきたこと、従前の「大手有名ブランドの商品を指名検索し購入する場」から「商品ジャンルで検索し有名か無名かは問わず比較し購入する場」へと移行していることから、ECモールにおける成長の余地は大きいと判断し販売を強化しております。これらによる当第3四半期連結会計期間における新規獲得件数は直前会計期間の97%とほぼ横ばいに推移しており、従来とは異なるインターネット購買層を獲得しております。一部モール専売商品の開発にも着手する等、今後も継続してECモールにおける売上拡大に取り組んでまいります。

また、Amazonは、海外市場を攻略するうえで重要な販売チャネルであると認識しており、市場規模が格段に大きい米国Amazonにも進出すべく、米国Amazon向けの商品開発及びテスト販売を実施しております。

③ インフォマーシャル

BS放送等でのインフォマーシャル広告をはじめとする、従来手掛けてきたウェブ広告以外の手法による広告配信にも取り組んでおります。数事業年度にわたる取り組みの結果、インフォマーシャル広告における制作ノウハウの蓄積や広告配信番組の選定スキルが向上しているほか、第1四半期連結累計期間において24時間体制で受注可能なコールセンター窓口を増設したことにより、入電されたにも関わらず受電できずに受注を取りこぼしていた状況が改善されたものの、当第3四半期連結会計期間における新規獲得件数は直前会計期間の79%にまで縮小しております。

直前会計期間にて、オリンピック・パラリンピックや夏の甲子園大会等の大型イベント開催に伴う影響を受け新規獲得件数が低下しており、その下降トレンドを抜け出せていない状況ですが、この間に上限CPO（注4）を見直し採算性の向上に努めております。

④ マスマーケット向け商品

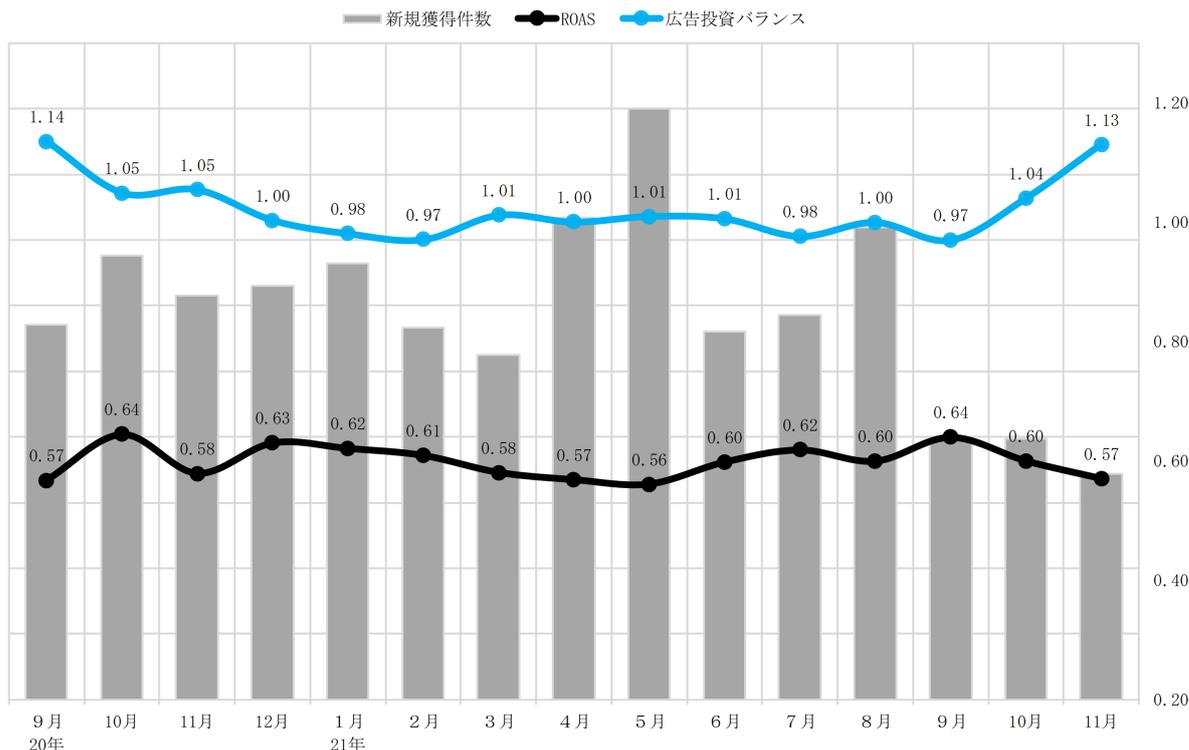
マスマーケット向け商品の新規獲得件数は、想定を下回っている状況です。従来のニッチマーケット向け商品は、消費者のニッチなニーズを的確に捉えた商品であり、市場そのものが小さくユーザー数も少ないため、新規獲得を行ううえでは「どのように想定する顧客層にのみピンポイントで認知させるか」が重要でした。一方、マスマーケット向け商品は市場規模が大きく認知させること自体は容易であるものの、レッドオーシャンであるため新規獲得のためには「他の商品と比較して何が違うのか」を訴求する必要があります。

従来のニッチマーケット向け商品とマスマーケット向け商品では、上述の新規獲得のための施策・手法が異なることは認識しており、それらを踏まえた集客部門の体制整備や施策の準備を行ってまいりましたが、想定以上に時間を要している状況です。

なお、第4四半期連結会計期間以降の取り組みですが、当第3四半期連結会計期間において把握した各広告メディアの傾向や特徴を踏まえながら、まずは新規獲得件数の回復・再拡大を図ってまいります。

また、従来より課題であったクリエイティブ部門においては、経験値の高い人材の採用が実を結んでおり、当第3四半期連結会計期間末後の2021年12月よりクリエイティブ部門をはじめとする集客部門の体制変更を実施いたしました。これにより、クリエイティブ力の底上げ及びマスマーケット向け商品の新規獲得にも注力してまいります。また、ECモールやインフォマーシャル等、従来とは異なるインターネット購買層及びウェブ広告以外からの購買層への施策をより本格化させ、新規獲得件数の回復及び再拡大を図ってまいります。

広告投資効率



EC事業の特性上、採算性を度外視し広告投資を拡大すれば必ず新規獲得件数は増加するため、広告投資効率の指標であるROASに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を超過している場合は、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が、2021年11月の広告投資バランスが1.00を大きく超過している要因につきましては、新商品における検証のために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。当第3四半期連結会計期間においては、新規獲得件数が縮小したものの、目先の売上に走って過剰投資をすることはせず、最適な広告投資バランスである1.00を維持したまま「利益の最大化」に努めた結果、営業利益は業績予想及び前年同期を上回っております。

商品関連

当第3四半期連結会計期間における新商品の展開につきましては、下記のとおりです。

商品名	発売日	概要
MOUDAS モウダス (医薬部外品)	2021年 10月19日	発毛促進（育毛）に導く作用のすべてを網羅した唯一の発毛促進剤。 価格：定期コース7,678円（税込）

(SALONMOON)

2021年5月31日を株式取得日として連結子会社となった株式会社ASHIGARUのオリジナルヘアケアブランドである「SALONMOON」では、機能性に優れたヘアアイロンをお手頃な価格帯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、売上の100%がECモールによるものです。多くのヘアアイロンが店頭販売を前提に開発されておりますが、「SALONMOON」のヘアアイロンは比較的販売促進費を抑えることができるECモールでの販売を前提に設計されており、その分のコストを原価に充てることが可能なため、高品質低価格を実現しております。

当第3四半期連結累計期間においては、引き続き運営や業務の引き継ぎを行ったほか、売上拡大に向けた各種施策を本格的に打ち出しております。具体的には、ECモール内での広告配信や、検索エンジン最適化のための緻密な広告運用施策等を行っており、その結果、Amazonヘアアイロン部門の売れ筋ランキングにおいてベストセラー第1位を獲得いたしました。また、その品質の高さから、コスメ批評誌「LDK the Beauty 2022年1月号」において、ス

トレートヘアアイロン部門のコスメ・オブ・ザ・イヤーを受賞する等、各所で評価を得ております。

さらに、今後のさらなる拡大に向けた販路の開拓、新商品の開発、美容家電との親和性の高い消費財の開発等を行っております。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間における「SALONMOON」の売上高は250,307千円となりました。

(その他の取り組み)

当社は「新規事業企画室」を当連結会計年度より設置しております。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積極的に採用し、新たなD2C事業を立ち上げていく方針を掲げており、2021年10月27日には、自社開発の次世代吸いごたえ成分「CIGANITIN (シガニチン)」(特許出願中)を配合した、ニコチン・ターゲルが一切含まれず、副流煙も発生させない電子タバコを取り扱う新ブランド「SPADE (スペード)」をリリースいたしました。

今後も複数の事業を立ち上げ、当社の企業価値の向上に努めてまいります。

(注1) アフィリエイト

ウェブ広告手法の一つであり、媒体主(アフィリエイト)が運営するブログやウェブサイト等の媒体に、広告主の商品やサービスについての広告を掲載し、閲覧者がそのリンクを経由して商品を購入した場合に広告主が媒体主に手数料(報酬)を支払う仕組み。

(注2) 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。なお、当連結会計年度よりROASの算出方法を変更。初回收支はマイナスだが継続的に購入されることでプラスとする定期購入型のビジネスモデルと、ECモールでメジャーな購買行動である一度の購入で収支をプラスとする単品買い切りは、採算化の仕組みが根本的に異なるモデルでありROASも大きく異なる。また、商品知名度や広告出稿量の増加によって発生する広告宣伝費を要さない(検索エンジン経由等の)新規獲得による売上も相当数存在するため。

従前は、これらも含めてROASを算出していたが、当連結会計年度より定期購入への集客投資効率をより正確に計るため除いて算出。

(注3) 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4) 上限CPO

受注1件当たりに要する広告宣伝費の金額である「CPO」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受注1件当たりに使用可能な広告宣伝費の上限額。

(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3四半期連結会計期間末の資産合計は7,043,197千円となりました。主な内訳は、現金及び預金4,616,440千円、受取手形及び売掛金540,112千円、たな卸資産903,277千円であります。

(負債)

当第3四半期連結会計期間末の負債合計は1,139,752千円となりました。主な内訳は、買掛金174,341千円、未払金372,585千円、未払法人税等217,381千円であります。

(純資産)

当第3四半期連結会計期間末の純資産合計は5,903,444千円となりました。主な内訳は、資本金273,992千円、利益剰余金5,805,539千円、自己株式430,978千円であります。

②キャッシュ・フローの状況

当第3四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、4,616,440千円となりました。

当第3四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3四半期連結累計期間において営業活動の結果増加した資金は、1,141,772千円となりました。この主な要因は、税金等調整前四半期純利益1,625,938千円、売上債権の減少139,989千円、たな卸資産の減少92,397千円が生じた一方で、未払金の減少133,896千円、法人税等の支払額610,541千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3四半期連結累計期間において投資活動の結果増加した資金は、208,040千円となりました。この主な要因は、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入262,409千円が生じた一方で、有形固定資産の取得による支出20,385千円、差入保証金の差入による支出15,417千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3四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、355,257千円となりました。この主な要因は、配当金の支払額343,924千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

当第3四半期連結累計期間の業績等を踏まえ検討した結果、2021年4月14日に公表いたしました2022年2月期通期連結業績予想及び2021年7月15日に公表いたしました2022年2月期通期個別業績予想を修正しております。詳細につきましては、本日公表の「業績予想の修正に関するお知らせ」をご覧ください。

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)

当第3四半期連結会計期間 (2021年11月30日)	
<b>資産の部</b>	
流動資産	
現金及び預金	4,616,440
受取手形及び売掛金	540,112
商品及び製品	843,379
仕掛品	805
原材料及び貯蔵品	59,092
その他	124,584
貸倒引当金	△2,714
流動資産合計	6,181,700
固定資産	
有形固定資産	222,958
無形固定資産	
のれん	296,714
その他	37,619
無形固定資産合計	334,334
投資その他の資産	304,204
固定資産合計	861,496
資産合計	7,043,197
<b>負債の部</b>	
流動負債	
買掛金	174,341
未払金	372,585
未払法人税等	217,381
販売促進引当金	38,138
返品調整引当金	12,387
その他	149,286
流動負債合計	964,118
固定負債	
役員退職慰労引当金	7,905
退職給付に係る負債	11,423
資産除去債務	86,765
その他	69,539
固定負債合計	175,633
負債合計	1,139,752
<b>純資産の部</b>	
株主資本	
資本金	273,992
資本剰余金	254,891
利益剰余金	5,805,539
自己株式	△430,978
株主資本合計	5,903,444
非支配株主持分	-
純資産合計	5,903,444
負債純資産合計	7,043,197

(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3四半期連結累計期間)

(単位：千円)

	当第3四半期連結累計期間 (自 2021年3月1日 至 2021年11月30日)
売上高	7,296,790
売上原価	1,783,665
売上総利益	5,513,125
返品調整引当金戻入額	11,456
返品調整引当金繰入額	12,387
差引売上総利益	5,512,195
販売費及び一般管理費	3,911,766
営業利益	1,600,428
営業外収益	
受取利息	38
サンプル売却収入	1,558
受取弁済金	3,238
為替差益	9,013
印税収入	4,175
その他	2,437
営業外収益合計	20,461
営業外費用	
支払利息	1,848
その他	11
営業外費用合計	1,859
経常利益	1,619,030
特別利益	
負ののれん発生益	8,376
特別利益合計	8,376
特別損失	
固定資産除却損	913
解体撤去費用	555
特別損失合計	1,468
税金等調整前四半期純利益	1,625,938
法人税等	526,509
四半期純利益	1,099,429
非支配株主に帰属する四半期純損失 (△)	△3,129
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,102,558

(四半期連結包括利益計算書)  
(第3四半期連結累計期間)

(単位：千円)

	当第3四半期連結累計期間 (自 2021年3月1日 至 2021年11月30日)
四半期純利益	1,099,429
四半期包括利益	1,099,429
(内訳)	
親会社株主に係る四半期包括利益	1,102,558
非支配株主に係る四半期包括利益	△3,129

(3) 四半期連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

	当第3四半期連結累計期間 (自 2021年3月1日 至 2021年11月30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	1,625,938
減価償却費	29,205
のれん償却額	32,968
負ののれん発生益	△8,376
固定資産除却損	913
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	△804
販売促進引当金の増減額 (△は減少)	△10,770
株主優待引当金の増減額 (△は減少)	△37,442
返品調整引当金の増減額 (△は減少)	930
役員退職慰労引当金の増減額 (△は減少)	1,222
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	895
為替差損益 (△は益)	△8,921
受取利息及び受取配当金	△38
支払利息	1,848
売上債権の増減額 (△は増加)	139,989
たな卸資産の増減額 (△は増加)	92,397
仕入債務の増減額 (△は減少)	△61,761
未払金の増減額 (△は減少)	△133,896
その他	89,826
<b>小計</b>	<b>1,754,123</b>
利息及び配当金の受取額	38
利息の支払額	△1,848
法人税等の支払額	△610,541
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>1,141,772</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	△20,385
無形固定資産の取得による支出	△9,014
差入保証金の差入による支出	△15,417
差入保証金の回収による収入	448
関係会社株式の取得による支出	△10,000
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
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>208,040</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	△11,332
配当金の支払額	△343,924
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△355,257</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	8,910
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	1,003,466
現金及び現金同等物の期首残高	3,612,973
現金及び現金同等物の四半期末残高	4,616,440

(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。

(連結の範囲又は持分法適用の範囲の変更)

(1) 連結の範囲の重要な変更

第1四半期連結会計期間において、株式会社エフエム・ノースウエーブ及び株式会社ASHIGARUを株式取得により子会社化したため、連結の範囲に含めております。

(2) 持分法適用の範囲の重要な変更

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3四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に当該見積実効税率を乗じて計算しております。

(会計方針の変更)

(税金費用の計算方法の変更)

従来、税金費用につきましては、原則的な方法により計算しておりましたが、当社グループの四半期決算業務の一層の効率化を図るため、第1四半期連結会計期間より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に当該見積実効税率を乗じて計算する方法に変更しております。

なお、この変更による四半期連結財務諸表に与える影響は軽微であるため、遡及適用は行っておりません。

(会計上の見積りの変更と区別することが困難な会計方針の変更)

(有形固定資産の減価償却方法の変更)

有形固定資産の減価償却方法につきましては、従来、当社は、定率法(建物(建物附属設備を除く))並びに2016年4月1日以降に取得した建物附属設備については定額法)を採用しておりましたが、第1四半期連結会計期間より定額法に変更しております。

当社グループは、第1四半期連結会計期間より、連結決算に移行しておりますが、有形固定資産の減価償却方法について、定額法を採用する会社を子会社化したことを受け、当社グループ会計方針統一の観点から、当社及び連結子会社が採用する減価償却方法について、あらためて検討することといたしました。

有形固定資産の使用実態を検討した結果、当社で利用する有形固定資産は、耐用年数にわたり安定的に利用しており、耐用年数にわたり費用を均等に配分する定額法が固定資産の使用実態をより適切に表すと判断いたしました。

なお、この変更による当第3四半期連結累計期間の損益に与える影響は軽微であります。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

当第3四半期連結累計期間(自2021年3月1日至2021年11月30日)

当社グループは、EC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。

(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拡大に伴う会計上の見積りについて)

前事業年度の有価証券報告書の(追加情報)(新型コロナウイルス感染症拡大に伴う会計上の見積りについて)に記載した新型コロナウイルス感染症拡大の影響に関する仮定について重要な変更はありません。