



2024年7月期 決算短信〔日本基準〕(連結)

2024年9月13日

上場会社名 株式会社クラシコム 上場取引所 東
コード番号 7110 URL https://kurashi.com/
代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 青木 耕平
問合せ先責任者 (役職名) 取締役CFO (氏名) 山口 揚平 (TEL) 042-577-0486
定時株主総会開催予定日 2024年10月29日 配当支払開始予定日 2024年10月30日
有価証券報告書提出予定日 2024年10月30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・個人投資家向け)

(百万円未満切捨て)

1. 2024年7月期の連結業績(2023年8月1日~2024年7月31日)

(1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上高		EBITDA		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	%	百万円	%
2024年7月期	7,012	—	1,148	—	1,083	—	1,150	—	785	—
2023年7月期	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(注) 包括利益 2024年7月期 785百万円(—%) 2023年7月期 ー百万円(—%)

	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7月期	106.61	—	16.6	20.6	15.5
2023年7月期	—	—	—	—	—

(参考) 持分法投資損益 2024年7月期 ー百万円 2023年7月期 ー百万円

(注) 1. 当社は、2024年7月期より連結財務諸表を作成しているため、2023年7月期の数値及び対前期増減率並びに2024年7月期の対前期増減率については記載しておりません。また、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額に基づいて計算しております。

2. EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却額

3. 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) 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7月期	5,596	4,726	84.5	641.33
2023年7月期	—	—	—	—

(参考) 自己資本 2024年7月期 4,726百万円 2023年7月期 ー百万円

(注) 当社は、2024年7月期より連結財務諸表を作成しているため、2023年7月期の数値については記載しておりません。

(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7月期	784	△530	△394	4,195
2023年7月期	—	—	—	—

(注) 当社は、2024年7月期より連結財務諸表を作成しているため、2023年7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					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			
2023年7月期	—	0.00	—	45.00	45.00	331	—	—
2024年7月期	—	0.00	—	17.00	17.00	125	15.9	2.7
2025年7月期(予想)	—	0.00	—	20.00	20.00		32.8	

(注) 当社は、2024年7月期より連結財務諸表を作成しているため、2023年7月期の配当性向(連結)及び純資産配当率(連結)は記載しておりません。また、2024年7月期の純資産配当率(連結)は、連結初年度のため、期末1株当たり純資産に基づいて計算しております。

3. 2025年7月期の連結業績予想（2024年8月1日～2025年7月31日）

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		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
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通 期	8,000	14.1	750	△34.7	680	△37.3	700	△39.2	450	△42.7	61.06

※ 注記事項

- (1) 期中における連結範囲の重要な変更 : 有
 新規 1社（社名） 株式会社foufou、除外 一社 （社名） —

期中における連結範囲の重要な変更に関する注記

- (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 : 無
 - ④ 修正再表示 : 無

(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）	2024年7月期	7,370,400 株	2023年7月期	7,370,400 株
② 期末自己株式数	2024年7月期	46 株	2023年7月期	46 株
③ 期中平均株式数	2024年7月期	7,370,354 株	2023年7月期	7,334,360 株

※ 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、実際の業績等は、業況の変化により予想数値と異なる可能性がございます。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等につきましては、添付資料P.5「1. 経営成績等の概況（4）今後の見通し」をご覧ください。

(決算補足説明資料の入手方法)

当社は、2024年9月13日に機関投資家・アナリスト・個人投資家向けの決算説明会を開催する予定です。この説明会で使用する資料については、TDnetで開示するとともに、当社ホームページに掲載いたします。

○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	4
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	4
(4) 今後の見通し	5
(5) 株主還元方針及び当期・次期の株主還元	6
(6) 継続企業の前提に関する重要事象等	6
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	6
3. 連結財務諸表及び主な注記	7
(1) 連結貸借対照表	7
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	8
(3) 連結株主資本等変動計算書	10
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	11
(5) 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
(セグメント情報等)	12
(1株当たり情報)	13
(重要な後発事象)	13

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当社グループは、「フィットする暮らし、つくろう」というミッションを掲げ、当社グループが提案する世界観(ライフカルチャー)に共感する人たちのWell-beingを実現することにご貢献します。Well-beingに欠かせない要件の一つとして「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、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。

当社は、2023年8月1日に株式会社foufouの全株式を取得し、同社が連結子会社となったことに伴い、報告セグメントの区分変更を行っております。当社は、従来からライフカルチャープラットフォーム事業という、世界観でユーザーと繋がるユニークな事業を展開しており、連結子会社となった株式会社foufouにおいてもその事業構造は基本的に同じであると考えておりますが、投資判断に資する適切な情報を開示する観点から、当連結会計年度より以下2つの報告セグメントでの開示に変更しております。

① 北欧、暮らしの道具店

当社グループでは、「北欧、暮らしの道具店」の提供している世界観に共感するユーザーに対し、商品、記事、動画など様々なコンテンツを提供することによって、多くの人の「フィットする暮らし」づくりに貢献しております。なお、ビジネスラインとして「D2Cドメイン」「ブランドソリューションドメイン」を有しております。

D2Cドメインでは、暮らしにフィットする商品を販売しております。取扱商品は、アパレル、キッチン、インテリア雑貨が主力であり、自社企画のオリジナル商品が売上の約半分を占めております。また、「北欧、暮らしの道具店」のライフカルチャーを表現する記事や動画等のコンテンツを、自社サイトやSNS等の多様なチャネルから配信するコンテンツパブリッシャーとしての側面も有しております。

ブランドソリューションドメインは、「北欧、暮らしの道具店」の強いブランドとコアな顧客基盤に加え、D2Cドメインのコンテンツパブリッシングで培った高い企画制作能力を活用し、クライアント企業のブランディング上の課題に対する総合的なマーケティング・ソリューションを提供する、ブランディングエージェンシーとしての事業ドメインです。ナショナルブランドを中心に、多くのブランドを継続的に支援しております。

② foufou

当社グループでは、2016年デザイナーのマール・コウサカ氏が設立したファッションD2Cブランド「foufou」を展開しております。「健康的な消費のために」というブランドコンセプトを掲げ、「foufou」の世界観を表現するコンテンツをSNSで発信して、ユーザーのエンゲージメントを最大化し、購入につなげ、リピーター化する特徴を持つファッションブランドであり、洋服だけでなく、時計や革製品などのファッション雑貨も取り扱っております。

文中の将来に関する事項は、当連結会計年度の末日現在において判断したものであります。なお、当社グループは当連結会計年度より連結財務諸表を作成しているため、前連結会計年度との比較・分析は行っておりません。

当連結会計年度は、円安や原材料高といった原因から年間を通じて国内消費者物価指数は前年同月を上回り続けており、実質賃金については前年同月を下回る状況が続いておりましたが、6月以降は若干プラスに転じるなど足元ではトレンドの変化も出始めているものの消費動向は厳しく、先行きについても不透明な状況であると捉えております。家計調査においても二人以上の世帯の実質消費支出は前年同月を下回ることが多く、当社グループの取り扱い商品に近いカテゴリ別に見ても、「家具・家事用品」はマイナスの月が多く、「被服及び履物」は2024年に入りプラスになる月が増えてきているものの、天候や気温の影響などもあり変動が見られ、当社グループにおいても気候影響による販売への影響を感じております。

様々な外部環境影響がある状況下ではありましたが、「北欧、暮らしの道具店」は、新商品を積極的に展開するとともに、新しいカテゴリーの開発にも継続的に取り組んでおります。新感覚のトークバラエティへの挑戦や初の試着会を開催するなど、コンテンツや施策によってお客様との繋がりを作り、深めるための新たな取り組みにも挑戦しました。

「foufou」は、2023年8月1日に組織再編により事業を分離したうえで当社グループに加わったため、まずは安定した業務体制の構築を優先して運営を行ってまいりました。オフィス移転や物流・システムの移行、業績管理・在庫管理体制の構築、原価計算の適正化による価格設定の見直しなど、これからの持続的な事業成長のための体制への移行を進めております。

以上の理由から、当連結会計年度における売上高は7,012,802千円、売上総利益は3,072,689千円、EBITDAは1,148,928千円(※)、営業利益は1,083,700千円、経常利益は1,150,762千円、親会社株主に帰属する当期純利益は785,757千円となりました。

(※) EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却額

セグメント別の経営成績は、以下のとおりであります。

(北欧、暮らしの道具店)

「北欧、暮らしの道具店」は、お客様との直接的な接点を持ち、今後の商品・コンテンツ開発における多くのヒントを得た初の試着会の開催や、コラボ商品、定番商品に新素材を取り入れた「秋いちボトムス」、暖冬にもかかわらず完売したアウター等、オリジナルブランドの新作商品が続々と大ヒットし、売上伸長と来期以降の需要拡大に向けてチャレンジし続けた上期となりました。下期においてもアパレルは好調で、新商品のセットアップやオールインワンが大ヒットする等、高単価の夏物アパレル商品が好評を博しました。また、初のオリジナルスキンケア商品シンボリックオイルインミストは、発売直後から大反響を呼びリピート購入多数で、初回入荷分はわずか1カ月で完売する等、コスメは売上成長を支える可能性のあるカテゴリとして順調に進捗しております。コンテンツパブリッシャーにおいても、“人生後半”をテーマにした新感覚のトークバラエティ「あさってのモノサシ」を公開し、幅広い世代から支持され、公開から1カ月で20万回超再生を達成しました。オリジナルで制作したポッドキャスト番組「チャポンと行こう！」の主題歌『わたしの星 feat. 三浦透子』は、公式YouTubeにてミュージックビデオを公開、各ストーリーミングサイトにて配信を開始すると、2週間でInstagramリール32万回再生を達成する等、幅広い顧客層から大きな反響を獲得しました。

これらの取り組みやエンゲージメントチャンネルへの継続投資によって、エンゲージメントアカウント数は順調に増加し、公式スマートフォンアプリ(iOS/Android)は、当連結会計年度末日現在、累計約379万ダウンロードとなりました。当連結会計年度におけるアプリ経由の注文数は既に「北欧、暮らしの道具店」全体の約67%を占めております。

ブランドソリューションドメインは、YouTube、Instagramの動画や投稿で再生数を伸ばし商品のブランディングに貢献した森永乳業「パルメザンチーズ」とのお取り組み等、案件数・売上は順調に推移いたしました。

以上の結果、当連結会計年度における「北欧、暮らしの道具店」セグメントの売上高は6,677,448千円、EBITDAは1,108,328千円となりました。

(foufou)

「foufou」は、まずは安定した業務体制の構築を優先して運営を行いました。オフィス移転や物流・システムの移行、業績管理・在庫管理体制の構築、原価計算の適正化による価格設定の見直し、在庫健全化のための初のセールの実施など、これからの持続的な事業成長のための体制への移行を進めております。また、そうした中でも、デンマークの老舗ブランド「アルネ・ヤコブセン」の名作デザインとのコラボレーションや、国内の限られた職人にしか製造できないバッグ、ベルト等の革小物、今年3年目となる干支にちなんだスカジャンが完売するなど、定番商品に加え、新たな取り組みにより商品展開の幅が広がっております。7月にはオンラインストアをリニューアルし、より顧客が世界観に没頭できるデザインへの変更や、画像の一覧化によるユーザビリティの向上等、魅力的で利便性の高い店づくりを実現しております。

また、foufouのクラシカルな装いに日本の自然・旅コンテンツを合わせた新たなショート動画は、通常の2倍以上の再生数を獲得し、外部スタイリストと海外モデルを起用したハイエンドな商品の世界観を表現する新コンテンツも好評いただきました。

以上の結果、当連結会計年度における「foufou」セグメントの売上高は335,354千円、EBITDAは40,599千円となりました。

(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総額は、5,596,789千円となりました。主な内訳は、現金及び預金4,195,709千円、売掛金209,096千円、商品423,270千円であります。

(負債)

当連結会計年度末における負債総額は、869,945千円となりました。主な内訳は、買掛金154,175千円、未払法人税等227,571千円、長期借入金（1年内返済予定を含む。）152,777千円であります。

(純資産)

当連結会計年度末における純資産は、4,726,844千円となりました。主な内訳は、利益剰余金3,451,170千円であります。

自己資本比率は84.5%と財務的健全性を維持しております。

(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、4,195,709千円となりました。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要因は次のとおりです。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動の結果得られた資金は、784,059千円となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益の計上1,150,762千円、仕入債務の増加額29,320千円等による増加要因と、法人税等の支払額303,253千円、売上債権の増加額45,649千円、棚卸資産の増加額112,181千円等による減少要因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)

投資活動の結果支出した資金は、530,090千円となりました。これは主に、本社移転に伴う有形固定資産の取得による支出198,697千円、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出299,874千円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)

財務活動の結果支出した資金は、394,997千円となりました。これは主に、配当金の支払額331,665千円によるものであります。

(4) 今後の見通し

国内は実質消費支出に回復傾向が見られず、為替相場の変動などによる様々な調達コストや気候変動が及ぼす消費行動への影響など不確実な経営環境は継続していることから、先行きが不透明な状況が今後も続くと考えております。2つのセグメントそれぞれにおいて適時的確に課題を把握し、それに一つずつ対応していくことによって成長を実現し、少しでも多くの方の「フィットする暮らし」づくりに貢献できるよう経営してまいります。

「北欧、暮らしの道具店」セグメントは、2024年7月期も売上高が10%を超える成長をすることができました。その要因を分解すると購入者数の増加による売上増加よりも一人当たりの年間売上高の増加の貢献が大きいという結果となっております。過去に購入経験のある既存購入者数は伸びたものの、新規購入者数を足下で増やせていない点に課題を認識しております。そのため、これまでの経営戦略である商品カテゴリの拡大やエンゲージメントアカウント増加のための取り組みに加え、マス広告など新たなマーケティングにも取り組み、購入者数を伸ばすことが今後のサステナブルな成長にも必要なことであると判断しております。

「foufou」セグメントは、経営体制の構築に取り組み、結果として収益性も適切な水準となり安定した経営ができる状況を作ることができました。中長期の成長のために魅力的な商品開発に加え、販売チャネルの開拓や新しいブランドコミュニケーションの模索などに少しずつ着手していきたいと考えております。

以上より、2025年7月期の連結業績予想につきましては、売上高8,000百万円、EBITDA750百万円、営業利益680百万円、経常利益700百万円、親会社株主に帰属する当期純利益450百万円を見込んでおります。なお、当社は2024年3月に本社移転をしており、2025年7月期については本社家賃等の固定費の増加があります。また、上述の通り新規マーケティングに取り組むことなどにより広告宣伝費は年間で10億円程度と想定しております。これらの影響については販売費及び一般管理費に織り込んでおります。

(5) 株主還元方針及び当期・次期の株主還元

当社ではTSR（株主総利回り）を重視した株主還元を行う方針とし、成長と株主還元のバランスを考慮したダイナミックな株主還元を行うことでTSRの安定を図ることを目指します。

B/Sマネジメントからの最適配当政策が適切であると認識しており、安定した経営に必要なキャッシュポジションの観点から還元可否の判断を行います。また、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（フリーキャッシュフロー）を基準とし、当面はその50%を上限とします。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になると考えております。

具体的には、期末ネットキャッシュ（現金及び預金－借入金）とキャッシュポジションの目標水準（広告宣伝費を除く当期販売費及び一般管理費の2年分）を比較し、キャッシュポジションが目標水準を上回っている場合には、還元可能と判断します。その上で当期FCFの50%を原資に還元を行いますが、キャッシュポジションが目標を下回らない範囲で行うため、FCFの50%が上限となります。また、FCFを原資とするため、キャッシュポジションにより還元可能と判断されても当期FCFがマイナスの場合は、株主還元は行いません。

上記株主還元方針に従い、2024年7月期においては、1株当たり17円の期末配当を行うことを決定しております。2025年7月期においても、上記方針に従い株主還元を行う予定であり、現時点では予測のFCFに基づき1株あたり20円の配当になると想定しております。

なお、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いたします。

(6) 継続企業の前提に関する重要事象等

該当事項はありません。

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、連結財務諸表の期間比較可能性及び企業間の比較可能性を考慮し、当面は日本基準で連結財務諸表を作成する方針であります。

なお、国際会計基準の適用につきましては、今後の事業展開や国内外の動向などを踏まえ検討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)

		当連結会計年度 (2024年7月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金		4,195,709
売掛金		209,096
商品		423,270
仕掛品		1,209
原材料		1,555
その他		59,592
流動資産合計		4,890,432
固定資産		
有形固定資産		
建物（純額）		208,389
機械及び装置（純額）		5,155
その他（純額）		37,682
有形固定資産合計		251,227
無形固定資産		
のれん		193,891
その他		64,027
無形固定資産合計		257,918
投資その他の資産		
繰延税金資産		131,697
その他		65,512
投資その他の資産合計		197,210
固定資産合計		706,356
資産合計		5,596,789
負債の部		
流動負債		
買掛金		154,175
1年内返済予定の長期借入金		49,434
未払法人税等		227,571
その他		335,421
流動負債合計		766,602
固定負債		
長期借入金		103,343
固定負債合計		103,343
負債合計		869,945
純資産の部		
株主資本		
資本金		100,000
資本剰余金		1,175,730
利益剰余金		3,451,170
自己株式		△56
株主資本合計		4,726,844
純資産合計		4,726,844
負債純資産合計		5,596,789

(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)

	当連結会計年度 (自 2023年8月1日 至 2024年7月31日)
売上高	7,012,802
売上原価	3,940,113
売上総利益	3,072,689
販売費及び一般管理費	1,988,989
営業利益	1,083,700
営業外収益	
受取利息及び配当金	212
配信料収入	12,128
保険解約返戻金	52,489
その他	3,398
営業外収益合計	68,227
営業外費用	
支払利息	1,070
その他	94
営業外費用合計	1,165
経常利益	1,150,762
税金等調整前当期純利益	1,150,762
法人税、住民税及び事業税	374,513
法人税等調整額	△9,508
法人税等合計	365,004
当期純利益	785,757
親会社株主に帰属する当期純利益	785,757

連結包括利益計算書

	(単位：千円)
	当連結会計年度 (自 2023年8月1日 至 2024年7月31日)
当期純利益	785,757
包括利益	785,757
(内訳)	
親会社株主に係る包括利益	785,757

(3) 連結株主資本等変動計算書

当連結会計年度(自 2023年8月1日 至 2024年7月31日)

(単位：千円)

	株主資本					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	432,841	842,889	2,997,078	△56	4,272,752	4,272,752
当期変動額						
剰余金の配当			△331,665		△331,665	△331,665
親会社株主に帰属する 当期純利益			785,757		785,757	785,757
資本金から資本剰余金 への振替	△332,841	332,841			—	—
当期変動額合計	△332,841	332,841	454,091	—	454,091	454,091
当期末残高	100,000	1,175,730	3,451,170	△56	4,726,844	4,726,844

(4) 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)	
当連結会計年度 (自 2023年8月1日 至 2024年7月31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	1,150,762
減価償却費	43,684
のれん償却額	21,543
受取利息及び受取配当金	△212
配信料収入	△12,128
保険解約返戻金	△52,489
支払利息	1,070
売上債権の増減額 (△は増加)	△45,649
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△112,181
仕入債務の増減額 (△は減少)	29,320
その他	△144
小計	1,023,577
利息及び配当金の受取額	212
利息の支払額	△1,070
配信料の受取額	12,104
保険解約返戻金の受取額	52,489
法人税等の支払額	△303,253
営業活動によるキャッシュ・フロー	784,059
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	△198,697
無形固定資産の取得による支出	△6,448
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△299,874
敷金及び保証金の差入による支出	△25,069
投資活動によるキャッシュ・フロー	△530,090
財務活動によるキャッシュ・フロー	
長期借入金の返済による支出	△63,332
配当金の支払額	△331,665
財務活動によるキャッシュ・フロー	△394,997
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△141,029
現金及び現金同等物の期首残高	4,336,738
現金及び現金同等物の期末残高	4,195,709

(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。

(セグメント情報等)

1. 報告セグメントの概要

(1) 報告セグメントの決定方法

当社グループの報告セグメントは、当社グループの構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために当社の取締役会に定期的に報告される対象となっているものであります。

(2) 各報告セグメントに関するサービスの種類

「北欧、暮らしの道具店」は、世界観に共感するユーザーに対し、商品、記事、動画など様々なコンテンツを提供することによって、多くの人の「フィットする暮らし」づくりに貢献しております。暮らしにフィットする商品やコンテンツの提供の他、コンテンツパブリッシングで培った企画制作能力を活用した総合的なマーケティングソリューションの提供も行っております。

「foufou」は、「健康的な消費のために」というコンセプトのもとファッションD2Cブランド「foufou」を展開し、洋服、ファッション雑貨等を取り扱っております。「foufou」の世界観を表現するコンテンツをSNSで発信して、ユーザーのエンゲージメントを最大化し、購入につなげ、リピーター化する特徴をもっております。

(3) 報告セグメントの変更等に関する事項

当社は従来からライフカルチャープラットフォーム事業という、世界観でユーザーとつながるユニークな事業を展開しており、当連結会計年度より連結子会社となった株式会社foufouにおいてもその事業構造は基本的に同じであると考えておりますが、投資判断に資する適切な情報を開示する観点から、当連結会計年度より2つの報告セグメントに変更しております。

2. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額の算定方法

報告されている事業セグメントの会計処理の方法は、連結財務諸表作成のために採用される会計方針に準拠しております。報告セグメントの利益は、営業利益ベースの数値であります。

3. 報告セグメントごとの売上高、利益又は損失、資産、負債の金額に関する情報並びに収益の分解情報
当連結会計年度(自 2023年8月1日 至 2024年7月31日)

(単位：千円)

	報告セグメント			調整額 (注) 2	連結財務諸表 計上額 (注) 3
	北欧、暮らしの 道具店	foufou	合計		
売上高					
顧客との契約から生じる収益	6,677,448	335,354	7,012,802	—	7,012,802
外部顧客への売上高	6,677,448	335,354	7,012,802	—	7,012,802
セグメント間の 内部売上高又は振替高	—	—	—	—	—
計	6,677,448	335,354	7,012,802	—	7,012,802
セグメント利益	1,065,962	17,737	1,083,700	—	1,083,700
セグメント資産	5,554,198	391,523	5,945,722	△348,932	5,596,789
セグメント負債	825,858	385,019	1,210,878	△340,932	869,945
その他の項目					
減価償却費	42,366	1,318	43,684	—	43,684
のれん償却額	—	21,543	21,543	—	21,543
EBITDA (注) 1	1,108,328	40,599	1,148,928	—	—
有形固定資産及び 無形固定資産の増加額 (注) 4	212,055	1,600	213,655	—	—

(注) 1. EBITDAは、セグメント利益に減価償却費及びのれん償却額を加えた数値であります。

2. セグメント資産の調整額及びセグメント負債の調整額は、セグメント間の相殺消去によるものであります。

3. セグメント利益は、連結損益計算書の営業利益と一致しております。

4. 有形固定資産及び無形固定資産の増加額は、主に本社移転に伴う建物附属設備の増加額であります。

(1株当たり情報)

	当連結会計年度 (自 2023年8月1日 至 2024年7月31日)
1株当たり純資産額	641.33 円
1株当たり当期純利益	106.61 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。

	当連結会計年度 (自 2023年8月1日 至 2024年7月31日)
1株当たり当期純利益	
親会社株主に帰属する当期純利益(千円)	785,757
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)	785,757
普通株式の期中平均株式数(株)	7,370,354
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株当たり 当期純利益の算定に含めなかった潜在株式の概要	—

(重要な後発事象)

該当事項はありません。