

2022年7月1日

各位

会社名 株式会社 クラシコム  
代表者名 代表取締役 青木 耕平  
(コード番号：7110 東証グロース市場)  
問合せ先 執行役員 管理部部長 瀬田 周一郎  
(TEL 042-577-0486)

### 2022年7月期の業績予想について

2022年7月期(2021年8月1日から2022年7月31日)における当社の業績予想は、次のとおりであります。

#### 【個別】

(単位：百万円、%)

項目	2022年7月期 (予想)		2022年7月期 第3四半期累計期間 (実績)		2021年7月期 (実績)		
	対売上 高比率	対前期 増減率	対売上 高比率	対売上 高比率	対売上 高比率	対売上 高比率	
売上高	5,149	100.0	13.6	3,863	100.0	4,532	100.0
営業利益	829	16.1	6.4	616	16.0	779	17.2
経常利益	834	16.2	4.7	626	16.2	797	17.6
当期(四半期)純利益	550	10.7	△3.6	414	10.7	570	12.6
1株当たり当期 (四半期)純利益	85円98銭		64円78銭		89円22銭		
1株当たり配当金	0円00銭		-		0円00銭		

- (注) 1. 当社は、連結財務諸表及び四半期連結財務諸表を作成しておりません。
2. 2022年4月8日付で、普通株式1株につき8,000株割合で株式分割を行っておりますが、2021年7月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期(四半期)純利益を算出しております。
3. 2021年7月期(実績)、2022年7月期第3四半期累計期間(実績)及び2022年7月期(予想)の1株当たり当期(四半期)純利益は、期中平均発行済株式数により算出しております。なお、当社は、基準日(2022年7月31日)を超えての新株式発行となることから、2022年7月期(予想)において、発行済株式総数の増加は見込んでおりません。
4. 「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2022年7月期第1四半期会計期間の期首から適用しており2022年7月期第3四半期累計期間(実績)及び2022年7月期(予想)に係る数値等については、当該会計基準等を適用した後の数値等となっております。
5. 2022年7月期の予想値は、2021年8月から2022年4月までは実績数値になっており、2022年5月から同年7月の予測数値を合算して策定した数値となっております。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

## 【2022年7月期業績予想の前提条件】

### 1. 当社の見通し

当社は、「フィットする暮らし、つくろう。」というミッションを掲げ、「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」といった価値観を大事にする世界観を「ライフカルチャー」と称し、「北欧、暮らしの道具店」を通じて、ライフカルチャープラットフォーム事業という単一のセグメントで事業を展開しています。

当社は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」は「北欧、暮らしの道具店」の世界観に共感する幅広いお客様に対し、暮らしにフィットする商品を自社サイトを通じて直接商品を提供しております。

「ブランドソリューションドメイン」は、クライアントのブランドや商品を「北欧、暮らしの道具店」サイト上で、当社の読み物の一つとして掲載する「BRAND NOTE」の取り組みをはじめとして、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しております。

ビジネスラインの事業展開の基盤は、「北欧、暮らしの道具店」の世界観を表現する記事や動画等のコンテンツを、自社サイト、SNS等の多様なチャネルから発信し続け、そのことによって共感してくださるユーザーがSNSをフォローしてくれたり、会員登録といった形でエンゲージメント(=好きでいてくれること、支持してくれること)を獲得していることによります。

市場環境としては、新型コロナウイルス感染症の日本国内の新規感染者数は減少傾向にありますが、世界的な物流混乱や為替の影響など、依然として先行きの不透明な状況が続いております。そのような中、当店を訪れてくださるユーザーにいつもと変わらず楽しんでいただけるように、フィットする暮らしづくりをお手伝いできる商品やコンテンツをお届けできるようにと願い、運営を続けてまいりました。

2022年7月期の業績は、売上高5,149百万円(前期比13.6%増)、営業利益829百万円(前期比6.4%増)、経常利益834百万円(前期比4.7%増)、当期純利益550百万円(前期比3.6%減)を見込んでおります。

2022年7月期予想数値は、2021年8月から2022年4月までの累計数値に、2022年5月以降の期間については以下の前提条件での見通しを反映して作成して作成しております。

### 2. 業績予想の前提条件

#### (1) 売上高

当社では、D2C ドメインとブランドソリューションドメインの2つに区分して予算を策定しております。

##### ① D2C ドメイン

D2C ドメインの売上高は、商品売上高と顧客から受け取る送料及び決済手数料等からなっておりますが、商品売上高がその大半を占めております。

商品売上高の予想数値は、需要と供給のバランスを見ながら策定しております。

需要からのアプローチとしては、注文件数に注文単価を乗じることで算定しております。注文件数は、2022年7月期第3四半期までの実績を参考に、足元の商品販売の消化状況を考慮して見積もり、単価に関しては、2022年7月期第3四半期までの実績を参考に見積もっております。

供給からのアプローチとしては、2022年7月期第4四半期の商品納品予定額をもとに月次売上予想数値の妥当性を検証しました。

なお、「収益認識に関する会計基準」等の適用による財務諸表への影響として、D2C ドメインにおける配送サービス等について、顧客から受け取る送料及び決済手数料は、従来は売上原価から控除しておりましたが、当該サービスは商品を提供する履行義務に含まれることから、収益として認識することとなります。なお、2022年7月期の売上額、売上原価ともに245百万円増加を見込んでおります。

以上の結果から、新型コロナウイルスによる一時的な巣ごもり需要が落ち着いたことによる反動減はありましたが、注文単価の堅調な伸びにより2022年7月期の売上高は、4,850百万円(前期比

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

13.9%増)となることを見込んでおります。

② ブランドソリューションドメイン

ブランドソリューションドメインにおいては「北欧、暮らしの道具店」へ広告記事等の掲載が完了した時点で売上高を計上しております。2022年7月期においては、第3四半期までの実績に、第4四半期の売上予定の既受注額を合算して算出しております。

2022年7月期の売上高は、案件数の増加により299百万円(前期比9.4%増)となることを見込んでおります。

以上の結果から、売上高は5,149百万円(前期比13.6%増)と見込んでおります。

(2) 売上原価、売上総利益

売上原価を構成するのは、D2Cドメインの商品原価、配送料等の荷造運賃及び決済手数料等の支払手数料、ブランドソリューションドメインの広告原価等になります。

商品原価については、オリジナル商品と仕入商品の月次売上予測額に想定原価率を乗じて商品原価を算定しております。

荷造運賃及び支払手数料については、商品売上高と関係があり、今期第3四半期まで大きな変動がなかったことから、第4四半期は直前期の対月次商品売上高比率の平均を月次商品売上高に乗じて算定しております。

ブランドソリューションの原価については、提供するソリューションの種類によって原価率が異なるため、第3四半期までのソリューション別の原価率に第4四半期のソリューション別の売上予測額を乗じて算定しております。

売上高が増加したことに加え、D2Cドメインにおける配送サービス等について、純額から総額表示となったことにより、売上高と売上原価が同額増加したことから売上原価は2,905百万円(前期比17.2%増)を見込んでおります。

その結果売上総利益は2,243百万円(前期比9.3%増)と見込んでおります。

(3) 販売費及び一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費は、主に人件費、広告宣伝費等で構成されております。

人件費に関しては、第3四半期までの実績を参考に、第4四半期の人員数の計画・昇給等を勘案して策定しております。広告宣伝費に関しては、第3四半期までの実績を参考に、新規会員獲得に向けたアプリのダウンロード促進のための費用及び商品を紹介するLINE配信のための費用などを見積もっております。

人件費及び広告宣伝費等で前期比で増加を見込んでいることから販売費及び一般管理費は1,414百万円(前期比11.0%増)、営業利益は829百万円(前期比6.4%増)と見込んでおります。

(4) 営業外収益・費用、経常利益

営業外収益は主に、「ひとりごとエプロン」等の動画コンテンツのYouTube等による配信による収入を見込んでおります。また、営業外費用は、主に上場関連費用と支払利息を見込んでおります。

以上を踏まえ、経常利益は834百万円(前期比4.7%増)と見込んでおります。

(5) 特別利益・損失、当期純利益

現状、特別利益及び特別損失は見込んでおりません。

税金費用を加味した結果、2022年7月期の当期純利益は550百万円(前期比3.6%減)と見込んでおります。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

**【業績予想に関するご留意事項】**

本資料に記載されている業績予想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、実際の業績は様々な要因によって異なる場合がございます。

以 上

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行及び自己株式の処分並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。また、本記者発表文に記載されている当社の計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。