



2022年11月15日

各 位

会 社 名 ベースフード株式会社
代表者名 代表取締役 橋本 舜
(コード番号:2936 東証グロース市場)
問 合 せ 先 取 締 役 山 本 陽 介
(TEL:03-6416-8905)

東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ

当社は、本日、2022年11月15日に東京証券取引所グロース市場に上場いたしました。今後とも、なお一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、2023年2月期（2022年3月1日から2023年2月28日）における当社の業績予想は、次のとおりであり、また、最新の決算情報等については別添のとおりであります。

【個別】

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2023年2月期 (予想)		2023年2月期 第2四半期累計期間 (実績)		2022年2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	
売 上 高		10,203	100.0	84.0	4,584	100.0	5,545	100.0
営 業 損 失 (△)		△871	—	—	△378	—	△454	—
経 常 損 失 (△)		△929	—	—	△376	—	△460	—
当 期 (四 半 期) 純 損 失 (△)		△939	—	—	△382	—	△463	—
1株当たり当期 (四半期)純損失(△)		△23円69銭			△12円31銭		△18円56銭	
1株当たり配当金		0円00銭			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2月期(実績)及び2023年2月期第2四半期累計期間(実績)の1株当たり当期(四半期)純損失は、期中平均株式数により算出しております。
3. 2023年2月期(予想)の1株当たり当期純損失は、公募予定株式(2,723,100株)を含めた予定期中平均株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関する第三者割当増資分(最大961,000株)は考慮しておりません。
4. 当社は、2022年8月30日付で、普通株式1株につき100株の株式分割を行っております。上記では2022年2月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり当期(四半期)純損失を算出しております。

【2023年2月期業績予想の前提条件】

1. 当社全体の見通し

当社は、「主食をイノベーションし、健康をあたりまえに」というミッションのもと、特に栄養に関する課題を解決するため、完全栄養（注1）の主食を中心としたBASE FOODシリーズ（「BASE PASTA」・「BASE BREAD」・「BASE Cookies」）の開発と販売を行なっております。当社が開発するBASE FOODシリーズは、小麦の全粒粉や豆類など10種類以上の原材料を用い、たんぱく質、食物繊維、ビタミン・ミネラルなど1日に必要な33種類の栄養素が含まれ、1食（注2）で1日に必要な栄養素の1/3がバランスよくとれる完全栄養の主食です。商品ラインナップは次のとおりであります。

商品名	発売開始年月日	商品の特色等
BASE PASTA	2017年2月	完全栄養のパスタ。1～2分でゆで上がる風味豊かな生パスタ。 フェットチーネ、アジアンの2種類を展開
BASE BREAD	2019年3月	完全栄養のパン。合成着色料・合成保存料不使用で約1ヶ月の賞味期限のあるロングライフパン。プレーン、チョコレート、カレー、シナモン、メープル、ミニ食パン・プレーンの6種類を展開
BASE Cookies	2021年6月	完全栄養のクッキー。安全で栄養バランスの良いお菓子。ココア、アールグレイ、抹茶、ココナッツ、さつまいもの5種のフレーバーを展開

当社の商品に含まれるたんぱく質は、主に植物性たんぱく質であり、生産の過程で温室効果ガスを排出し、環境問題に悪影響を及ぼす動物性たんぱく質の代替としてもSDGsやESGへの貢献が期待されております。また、当社の商品の原材料は小麦のふすま、米糠、大豆、もち米、真昆布、チアシードなどを原材料として使用しております。小麦のふすまや米糠などは本来多くが廃棄されており、これらを原材料として商品にすることでフードロスの削減にも大きく貢献できると考えております。

当社の事業は、健康を求めるという確実なトレンドをもとに創業来堅調に売上を伸ばしており、BASE FOODシリーズは2017年2月の販売開始から累計5,000万袋販売（2022年6月時点）を達成しました。2020年以降の新型コロナウイルス感染症の蔓延を受けて、消費者の健康に対する意識の変化とともに、健康的な食事をする事への志向も高まっており、このトレンドは一層顕著なものになっております。また食品をオンラインで購入するという消費活動も一般化してきており、食品、飲料、酒類のEC化率（全ての商取引金額（商取引市場規模）に対する、電子商取引市場規模の割合）も2019年の2.89%から2020年の3.31%、2021年の3.77%（注3）と高まっております。

当社は商品販売開始時より、自社ECにおいて、卸などを介さず顧客に直接販売を行うD2C（ダイレクト・トゥ・コンシューマ）モデルでの販売を続けております。これにより、顧客からのフィードバックをタイムリーに受け取る事が可能となり、それらのフィードバックや購買情報をもとに商品の開発・改善、マーケティングおよびサービスの改善を行ない、商品リリース後においても味の改善・バージョンアップを繰り返すことで「かんたん・おいしい・からだにいい」を追求しております。

当社では複数の販売チャネルの特性を活かしながら、認知および商品体験の拡大、顧客の定着を図り、売上および利益を拡大しております。

このような状況のもと、2023年2月期の業績は、売上高10,203百万円（前期比84.0%増）、営業損失871百万円（前期は営業損失454百万円）、経常損失929百万円（前期は経常損失460百万円）、当期純損失939百万円（前期は当期純損失463百万円）を見込んでおります。

- (注) 1. 1食で、栄養素等表示基準値に基づき、他の食事で過剰摂取が懸念される、脂質・飽和脂肪酸・炭水化物・ナトリウム・n-6系脂肪酸を除いて、すべての栄養素で1日分の基準値の1/3以上を含む
2. BASE PASTAは1袋、BASE BREADは2袋、BASE Cookiesは4袋
3. 経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査 報告書」

2. 業績予想の前提条件

当社は「完全栄養食事業」の単一セグメントであるため、セグメント別の記載は省略しております。

なお、2023年2月期の業績予想数値につきましては2022年7月までの実績を勘案して見通しを更新した数値となっております。

(売上高)

当社は顧客に対し、主に自社ECでの直接販売を行っているほか、他社ECを経由してのセット販売、卸販売の3つのチャンネルで当社商品を販売しております。

① 自社EC

当社ホームページを経由した自社ECにおいて商品の販売を行っております。インターネットを通じて直接購入者へ商品を販売します。自社ECにおける販売の多くは4週間に1回の頻度で顧客が定期的に購入し、配送されるサブスクリプションモデル（定期購入）となっております。サブスクリプションモデルを採用することで、精度の高い需要予測が可能になり、生産や売上の安定性を確保することが可能となります。顧客には、定期的にBASE FOODが自宅に届くことで、栄養バランスの良い食事を継続的にとることができる、何を食べるか悩む時間を削減できる、買い物の手間が省ける、といった付加価値を提供しております。

予算策定において、自社ECの売上高は、定期購入者による売上高とそれ以外の通常購入者による売上高を足し合わせることで算出しております。

定期購入者による売上高は新規定期購入者による売上高（新規定期購入者数×新規定期購入者平均購入単価）と解約者を除く既存定期購入者による売上高（既存定期購入者数×既存定期購入者平均購入単価）を月次で算出しており、その合計が年間の定期購入者による売上高であります。また定期購入ではない通常購入者による売上高は通常購入者数に通常購入者平均購入単価を乗じたものを月次で算出しており、その合計が年間の通常購入者による売上高となります。

新規定期購入者数は広告宣伝費予算÷顧客獲得単価で算出しております。またそれぞれの購入者属性ごとの購入単価、顧客獲得単価は過去実績を元に算出しております。顧客獲得単価は一般的に投下する広告宣伝費が増えるほど上昇しますが、新商品の発売にかかるPRや口コミ、小売店での販売による認知拡大と体験の拡大からの自社ECへの流入などにより、顧客獲得単価の上昇を抑える方針で運用しております。上記により、2023年2月期の自社ECにおける売上高は6,646百万円（前期比73.3%増）を見込んでおります。

② 他社EC

Amazon、楽天市場及びYahoo!ショッピングなどのECプラットフォームに商品を出品し、複数の商品をセットにして販売を行っております。当社ホームページに訪れたことのない顧客もこれらのプラットフォームを訪問した際に、商品を発見し購入することが出来るため、当社商品の認知および商品体験の拡大に繋がります。なお、2022年5月より香港での販売を現地の他社ECプラットフォームを経由して開始しております。

予算策定において、他社ECの売上高は購入者数と平均購入単価を乗じたものを月次で算出し、その合計が年間の他社ECの売上高となります。購入者数及び平均購入単価につきましては、過去実績をもとに計算しております。上記により、2023年2月期の他社ECにおける売上高は1,330百万円（前期比30.0%増）を見込んでおります。

③ 卸販売

卸業者を経由して、コンビニエンスストア等で「BASE BREAD」および「BASE Cookies」を販売しております。顧客は全国の実店舗で、買いたい時に1袋から手軽に購入することができるようになっております。実店舗での販売を行うことで、オンラインでリーチできなかった顧客に対して、オフラインでの当社商品の認知および商品体験の拡大を行っております。

予算策定においては、店舗数と店舗当たり平均月売上を乗じたものを月次で算出し、その合計を年間の卸販売の売上高としております。店舗数についてはコンビニエンスストア大手3社の総店舗数×コンビニエンスストアにおける配架率（総店舗数に対して当社商品の取り扱いがある店舗の比率）で算定しております。コンビニエンスストア大手3社の店舗数が全国で約51,000店舗であり、配架率は2022年2月期に17%（実績）、2023年2月期に47%まで引き上げる想定です。店舗当たり平均月売上は、店舗当たりの月販売数×卸販売の単価で算出しております。なお、店舗あたりの月販売数は2022年7月の実績をもとに計算しております。上記により、2023年2月期の卸販売における売上高は2,225百万円（前期比224.7%増）を見込んでおります。

以上を踏まえ、2023年2月期の売上高を10,203百万円（前期比84.0%増）と見込んでおります。
なお、2023年2月期第2四半期累計期間の実績は4,584百万円であります。

（売上原価、売上総利益）

売上原価は、売上に製造原価率を掛けて算出してしております。製造原価率は各商品の定価の販売価格と商品仕入原価実績から商品ごとの原価率を算出し、販売実績から全体の原価率を算出してしております。工場の変更や工場内での追加作業の発生、新商品の発売、原材料価格の高騰により2023年2月期は一時的に原価率が高くなることを見込んでおります。なお、製造数の増加や製造の効率化等を進めることで原価率は中長期的に改善していくと見込んでおります。

以上を踏まえ、2023年2月期の売上総利益を5,670百万円（前期比73.2%増）と見込んでおります。
なお、2023年2月期第2四半期累計期間の実績は2,603百万円であります。

（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、主に配送費、人件費、広告宣伝費等より構成されており、2022年2月期における販売費及び一般管理費は3,727百万円となっております。

配送費については、主に商品の運送費、配送資材価格により1配送あたりの費用を算出してしております。2022年1月以降、倉庫内オペレーションについては外部事業者への委託から自社で行うように変更しており、1配送あたりの費用を低減させていくことを想定しております。

人件費については、開発体制および営業体制強化のため、継続して採用を強化し、前期比91.2%増となる増員を行うことを見込んでおります。

広告宣伝費については、マーケティングの強化により前期比61.0%の広告予算の増額を見込んでおります。

以上を踏まえ、2023年2月期の販売費及び一般管理費を6,542百万円（前期比75.5%増）、また営業損失を871百万円（前期は営業損失454百万円）と見込んでおります。

なお、2023年2月期第2四半期累計期間の実績は、販売費及び一般管理費2,981百万円、また営業損失378百万円であります。

（営業外損益、経常利益）

営業外費用は、支払利息と上場関連費用を見込んでおります。

支払利息については、当座貸越契約に係る利息費用として7百万円を見込んでおります。

上場関連費用は目論見書の印刷代や弁護士費用等として39百万円を見込んでおります。

以上を踏まえ、2023年2月期の経常損失を929百万円（前期は経常損失460百万円）と見込んでおります。

なお、2023年2月期第2四半期累計期間の実績は経常損失376百万円であります。

（特別損益、当期純利益）

特別損益につきましては、発生を見込んでおりません。

また法人税、住民税及び事業税として6百万円、法人税等調整額として3百万円を見込んでおります。

以上の結果、当社における、2023年2月期の当期純損失は939百万円（前期は当期純損失463百万円）と見込んでおります。

なお、2023年2月期第2四半期累計期間の実績は四半期純損失382百万円であります。

【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あります。

以上



2023年2月期 第2四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)

2022年11月15日

上場会社名 ベースフード株式会社 上場取引所 東
コード番号 2936 URL <https://basefood.co.jp/corporate>
代表者 (役職名) 代表取締役 (氏名) 橋本 舜
問合せ先責任者 (役職名) 取締役 (氏名) 山本 陽介 TEL 03 (6416) 8905
四半期報告書提出予定日 - 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 : 無
四半期決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2023年2月期第2四半期の業績(2022年3月1日~2022年8月31日)

(1) 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		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年2月期第2四半期	4,584	-	△378	-	△376	-	△382	-
2022年2月期第2四半期	-	-	-	-	-	-	-	-

	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
2023年2月期第2四半期	△12.31	-
2022年2月期第2四半期	-	-

- (注) 1. 当社は、2022年2月期第2四半期については四半期財務諸表を作成していないため、2022年2月期第2四半期の数値及び対前年同四半期増減率並びに2023年2月期第2四半期の対前年同四半期増減率については記載していません。
2. 当社は、2022年8月30日付で普通株式1株につき100株の割合で株式分割を行っております。期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり四半期純利益を算定しております。
3. 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式は存在するものの、当社株式は非上場であり、期中平均株価が把握できないため、また、1株当たり四半期純損失であるため、記載していません。

(2) 財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2023年2月期第2四半期	2,007	260	13.0
2022年2月期	1,588	643	40.4

(参考) 自己資本 2023年2月期第2四半期 260百万円 2022年2月期 642百万円

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
2022年2月期	-	0.00	-	0.00	0.00
2023年2月期	-	0.00	-	-	-
2023年2月期(予想)	-	-	-	0.00	0.00

(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. 2023年2月期の業績予想（2022年3月1日～2023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	10,203	84.0	△871	—	△929	—	△939	—	△23.69

（注）1. 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

2. 当社は、2022年8月30日付で普通株式1株につき100株の割合で株式分割を行っております。そのため、業績予想の1株当たり当期純利益については、当事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算出しております。

※ 注記事項

（1）四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用：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：有
- 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

（注）詳細は、添付資料P.7「2. 四半期財務諸表及び主な注記（4）四半期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。

（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）	2023年2月期2Q	48,146,600株	2022年2月期	25,500,000株
② 期末自己株式数	2023年2月期2Q	1,358,000株	2022年2月期	1,358,000株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2023年2月期2Q	31,034,443株	2022年2月期2Q	—株

（注）1. 当社は、2022年2月期第2四半期については四半期財務諸表を作成していないため、2022年2月期第2四半期の期中平均株式数（四半期累計）については記載しておりません。

2. 当社は、2022年8月30日付で、普通株式1株につき100株の株式分割を行っております。前事業年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、「期末発行済株式数（自己株式を含む）」、「期末自己株式数」及び「期中平均株式数（四半期累計）」を算定しております。

※ 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

（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.3「1. 当四半期決算に関する定性的情報（4）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。

○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	2
(3) キャッシュ・フローに関する説明	2
(4) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	3
2. 四半期財務諸表及び主な注記	4
(1) 四半期貸借対照表	4
(2) 四半期損益計算書	5
第2四半期累計期間	5
(3) 四半期キャッシュ・フロー計算書	6
(4) 四半期財務諸表に関する注記事項	7
(継続企業の前提に関する注記)	7
(会計方針の変更)	7
(追加情報)	7
(セグメント情報)	7

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第2四半期累計期間におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として実施されていた、まん延防止等重点措置が解除されるなど、社会経済活動の制限が緩和され、回復の動きが見られました。しかしながら、ウクライナ情勢の問題による原材料の高騰など、先行き不透明な状況が続いております。

一方で、2020年以降の新型コロナウイルス感染症の蔓延を受けて、消費者の健康に対する意識の高まりとともに、健康的な食事をする事への意識も高まっており、このトレンドは一層顕著なものになっております。

このような環境の中、当社は「主食をイノベーションし、健康をあたりまえに」というミッションを掲げ、積極的な研究開発活動やマーケティング活動を実施してまいりました。

自社ECにおいては、BASE FOODの購入に使うことができる72,600ポイント(1ポイント=1円)を66,000円で購入できる「いちねんポイントパック」のサービス開始、友達紹介キャンペーン(紹介した者に1000ポイント付与、紹介された購入者に初回購入金額から2,000円割引)等によるプロモーション活動により、顧客獲得が出来たことに加え、解約率が抑えられ、サブスクリプション会員数が順調に推移いたしました。

卸販売においては、コンビニエンスストアやドラッグストアなどオフラインでの販売店舗が順調に拡大し、展開実店舗数は、約17千店舗(前事業年度末は、約9千店舗)となりました。

また、BASE FOODシリーズの商品認知度を上げるべく、Web広告だけでなく、全国各地でのTVCMの放映を行うなどプロモーション活動を積極的に実施しております。

以上の結果、当事業年度の売上高は4,584,914千円、営業損失は378,287千円、経常損失は376,743千円、四半期純損失は382,039千円となりました。

なお、当社は、完全栄養食事業の単一セグメントであるため、セグメント別の記載を省略しております。

(2) 財政状態に関する説明

(資産)

当第2四半期会計期間末における総資産は2,007,635千円となり、前事業年度末に比べ418,874千円増加いたしました。これは主に、事業拡大に伴い売掛金が194,511千円増加したことに加え、新たにオフィスを契約し敷金を差入れたこと等により投資その他の資産が155,159千円増加したことによるものであります。

(負債)

当第2四半期会計期間末における負債は1,746,640千円となり、前事業年度末に比べ800,914千円増加いたしました。これは主に、運転資金を目的とした短期借入金470,000千円、事業拡大に伴い未払金が60,897千円、ポイントに係る契約負債が160,170千円増加したことによるものであります。

(純資産)

当第2四半期会計期間末における純資産は260,995千円となり、前事業年度末に比べ382,039千円減少いたしました。これは主に、四半期純損失の計上により利益剰余金が382,039千円減少したことによるものであります。

(3) キャッシュ・フローに関する説明

当第2四半期会計期間末の現金及び現金同等物(以下「資金」という。)は、828,391千円となり、前事業年度末に比べ8,613千円減少いたしました。当第2四半期累計期間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)

営業活動の結果使用した資金は263,219千円となりました。主な増加要因は、事業拡大に伴う人件費の増加等による未払金の増加額59,278千円等であり、主な減少要因は、オンライン広告やTVCM等のプロモーション活動を積極的に行ったことによる税引前四半期純損失の計上376,743千円、事業拡大に伴う売上債権の増加額194,511千円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)

投資活動の結果使用した資金は215,394千円となりました。主な減少要因は、事業拡大に伴う従業員数の増加に伴い、2022年6月に新たにオフィスを契約したことによる敷金等の差入保証金の差入による支出155,173千円等であります。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動の結果獲得した資金は470,000千円となりました。これは、運転資金を目的とした短期借入金の純増加額470,000千円によるものであります。

(4) 業績予想などの将来予測情報に関する説明

本日開示いたしました「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」をご参照ください。

なお、本資料に記載されている業績予想等は、当社が発表日現在において入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき作成したものであり、実際の業績は様々な要因により異なる可能性があります。

2. 四半期財務諸表及び主な注記

(1) 四半期貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2022年2月28日)	当第2四半期会計期間 (2022年8月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	837,005	828,391
売掛金	342,100	536,611
商品	121,752	65,104
原材料及び貯蔵品	67,265	91,154
未収入金	58,519	63,672
前払費用	50,930	114,849
その他	58,746	42,393
流動資産合計	1,536,319	1,742,178
固定資産		
有形固定資産	13,358	71,224
無形固定資産	197	187
投資その他の資産	38,886	194,045
固定資産合計	52,441	265,457
資産合計	1,588,760	2,007,635
負債の部		
流動負債		
買掛金	292,625	331,290
短期借入金	30,000	500,000
未払金	479,204	540,102
未払費用	91,676	111,774
未払法人税等	2,086	1,860
預り金	11,470	25,457
賞与引当金	5,000	16,500
ポイント引当金	355	12,439
契約負債	—	160,170
その他	3,308	1,672
流動負債合計	915,726	1,701,266
固定負債		
長期借入金	30,000	30,000
資産除去債務	—	11,937
その他	—	3,435
固定負債合計	30,000	45,373
負債合計	945,726	1,746,640
純資産の部		
株主資本		
資本金	100,000	100,000
資本剰余金	1,038,311	1,038,311
利益剰余金	△468,092	△850,131
自己株式	△27,567	△27,567
株主資本合計	642,651	260,612
新株予約権	382	382
純資産合計	643,034	260,995
負債純資産合計	1,588,760	2,007,635

(2) 四半期損益計算書
(第2四半期累計期間)

(単位：千円)

	当第2四半期累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年8月31日)
売上高	4,584,914
売上原価	1,981,233
売上総利益	2,603,681
販売費及び一般管理費	2,981,969
営業損失(△)	△378,287
営業外収益	
受取利息	6
受取補填金	6,326
その他	112
営業外収益合計	6,445
営業外費用	
支払利息	3,414
支払保証料	1,439
その他	47
営業外費用合計	4,901
経常損失(△)	△376,743
税引前四半期純損失(△)	△376,743
法人税、住民税及び事業税	1,860
法人税等調整額	3,435
法人税等合計	5,296
四半期純損失(△)	△382,039

(3) 四半期キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

	当第2四半期累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年8月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	
税引前四半期純損失 (△)	△376,743
減価償却費	4,463
賞与引当金の増減額 (△は減少)	11,500
ポイント引当金の増減額 (△は減少)	12,083
受取利息	△6
支払利息	3,414
売上債権の増減額 (△は増加)	△194,511
棚卸資産の増減額 (△は増加)	32,758
仕入債務の増減額 (△は減少)	38,664
未払金の増減額 (△は減少)	59,278
未払費用の増減額 (△は減少)	20,098
契約負債の増減額 (△は減少)	160,170
その他	△28,532
小計	△257,360
利息の受取額	6
利息の支払額	△3,779
法人税等の支払額	△2,085
営業活動によるキャッシュ・フロー	△263,219
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	△60,220
差入保証金の差入による支出	△155,173
投資活動によるキャッシュ・フロー	△215,394
財務活動によるキャッシュ・フロー	
短期借入金の純増減額 (△は減少)	470,000
財務活動によるキャッシュ・フロー	470,000
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	△8,613
現金及び現金同等物の期首残高	837,005
現金及び現金同等物の四半期末残高	828,391

(4) 四半期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。

(会計方針の変更)

(収益認識に関する会計基準等の適用)

「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。以下「収益認識会計基準」という。)等を第1四半期会計期間の期首から適用し、約束した財又はサービスの支配が顧客に移転した時点で、当該財又はサービスと交換に受け取ると見込まれる金額で収益を認識することとしております。

収益認識会計基準等の適用については、収益認識会計基準第84項ただし書きに定める経過的な取扱いに従っており、第1四半期会計期間の期首より前に新たな会計方針を遡及適用した場合の累積的影響額を、第1四半期会計期間の期首の利益剰余金に加減し、当該期首残高から新たな会計方針を適用しております。

この結果、当第2四半期累計期間の売上高は58,087千円減少し、販売費及び一般管理費は58,087千円減少しております。なお、当第2四半期累計期間の営業損失、経常損失及び税引前四半期純損失に与える影響はありません。また、利益剰余金の期首残高への影響もありません。

なお、収益認識会計基準第89-2項に定める経過的な取扱いに従って、前事業年度について新たな表示方法により組替えを行っておりません。

(追加情報)

(時価の算定に関する会計基準等の適用)

「時価の算定に関する会計基準」(企業会計基準第30号 2019年7月4日。以下「時価算定会計基準」という。)等を第1四半期会計期間の期首から適用し、時価算定会計基準第19項及び「金融商品に関する会計基準」(企業会計基準第10号 2019年7月4日)第44-2項に定める経過的な取扱いに従って、時価算定会計基準等が定める新たな会計方針を、将来にわたって適用することといたしました。これによる、四半期財務諸表への影響はありません。

(セグメント情報等)

当社は、完全栄養食事業の単一セグメントであるため、記載を省略しております。

(収益認識関係)

当社は、完全栄養食事業の単一セグメントであり、主要な顧客との契約から生じる収益を分解した情報は、以下のとおりであります。

	当第2四半期累計期間 (自 2022年3月1日 至 2022年8月31日)	
自社 EC	3,010,303	千円
他社 EC	661,756	
卸売	911,438	
その他	1,417	
	4,584,914	