



2027年2月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2026年7月15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） 三浦 淳一 TEL 050-2018-6578（直通）
配当支払開始予定日 —
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. 2027年2月期第1四半期の連結業績（2026年3月1日～2026年5月31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	％
2027年2月期第1四半期	3,209	23.6	△102	—	△95	—	△76	—
2026年2月期第1四半期	2,596	△20.6	240	△38.3	246	△37.6	168	△36.5

（注）包括利益 2027年2月期第1四半期 △76百万円（－％） 2026年2月期第1四半期 168百万円（△36.5％）

	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
2027年2月期第1四半期	△0.55	—
2026年2月期第1四半期	1.21	—

（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
2027年2月期第1四半期	9,022	7,723	85.6	55.39
2026年2月期	9,490	8,047	84.8	57.71

（参考）自己資本 2027年2月期第1四半期 7,723百万円 2026年2月期 8,047百万円

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
2026年2月期	—	1.70	—	1.80	3.50
2027年2月期	—				
2027年2月期（予想）		1.70	—	1.80	3.50

（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. 2027年2月期の連結業績予想（2026年3月1日～2027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）	7,266	38.5	344	△31.8	354	△31.6	234	△33.8	1.68
通期	15,962	42.4	1,059	5.9	1,080	4.2	734	5.5	5.26

（注）直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

※ 注記事項

(1) 当四半期連結累計期間における連結範囲の重要な変更：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. 13「2. 四半期連結財務諸表及び主な注記(3) 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に関する注記)」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 | : 無 |
| ③ 会計上の見積りの変更 | : 無 |
| ④ 修正再表示 | : 無 |

(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)	2027年2月期1Q	141,072,000株	2026年2月期	141,072,000株
② 期末自己株式数	2027年2月期1Q	1,639,933株	2026年2月期	1,628,833株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2027年2月期1Q	139,433,347株	2026年2月期1Q	139,236,441株

※ 添付される四半期連結財務諸表に対する公認会計士又は監査法人によるレビュー：有(任意)

※ 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. 9「1. 経営成績等の概況(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。

(決算補足説明資料及び決算説明会内容の入手方法)

決算補足説明資料はT D n e tで同日開示しております。あわせて、当社ウェブサイトにも掲載しております。

また、当社は、2026年7月16日(木)に、機関投資家・アナリスト向けにオンラインライブ形式で決算説明会を開催する予定です。その模様及び説明内容については、当日使用する決算説明資料とともに、当社ウェブサイトに掲載する予定です。

(参考)

1. 2027年2月期第1四半期の個別業績(累計)(2026年3月1日～2026年5月31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	%
2027年2月期第1四半期	2,716	13.9	△104	—	△99	—	△70	—
2026年2月期第1四半期	2,384	△18.4	234	—	240	△37.9	170	△36.8

(注) 下記(表示方法の変更に関する注記)のとおり、当第1四半期会計期間より表示方法の変更を行ったため、個別業績(累計)の営業利益は、当該表示方法の変更を反映した組替え後の数値となっております。これにより、2026年2月期第1四半期に係る営業利益の対前年同四半期増減率は記載しておりません。

(表示方法の変更に関する注記)

従来、連結子会社の業務の兼務に伴う人件費及び地代家賃の請求額は、「営業外収益」に計上しておりました。当該請求額は連結子会社との費用負担の調整としての性格を有しているため、子会社の増加を契機に、将来的な取引規模の拡大の可能性を踏まえ、関連する販売費及び一般管理費の各費目から直接控除する方法によることが、当該請求額の実態及び当社個別の営業利益をより適切に表示することになると判断し、当第1四半期会計期間より表示方法を変更しております。

この結果、2026年2月期第1四半期の損益計算書において、「営業外収益」に表示していた12百万円は、「販売費及び一般管理費」の各費目の控除へ組み替えており、「営業利益」が同額増加しております。なお、「経常利益」及び「四半期純利益」への影響はありません。

また、本変更は個別業績に係るものであり、当該請求額はグループ間の内部取引として連結財務諸表においては相殺消去されるため、連結損益計算書への影響はありません。

2. 2027年2月期の個別業績予想(2026年3月1日～2027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)	6,212	28.7	297	△41.0	338	△34.6	236	△35.3	1.69
通期	13,828	37.3	956	△5.0	1,037	0.6	725	0.0	5.20

(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. 当第1四半期会計期間より表示方法の変更を行ったため、営業利益の増減率については、当該表示方法の変更を反映した組替え後の前年同期数値を用いて算出しております。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当四半期の経営成績の概況	2
(2) 当四半期の財政状態の概況	9
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	9
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	10
(1) 四半期連結貸借対照表	10
(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	11
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	13
(四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理に関する注記)	13
(セグメント情報等の注記)	13
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	13
(継続企業の前提に関する注記)	13
(四半期連結キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	13

[期中レビュー報告書]

1. 経営成績等の概況

(1) 当四半期の経営成績の概況

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及び美容家電等の販売、並びにカラーコンタクトレンズ等の医療機器の仕入販売を行う「ヘルス&ビューティーケア関連事業」を展開しております。

なかでも、主力事業である「北の快適工房」においては、新商品の発売、集客部門の教育・研修体制の整備によるスキルアップと生成AIの活用により新規顧客獲得人数の拡大を推進いたしました。連結子会社である株式会社SALONMOON及び株式会社カラコンダイレクトの各事業においては、各ECモールでの販促施策、商品ページ・広告クリエイティブの改善、物流・広告効率の向上等に取り組み、グループ全体の成長基盤の強化を図りました。

なお、各事業における取扱商品、販売チャネル及び製造モデルの概要は、下記のとおりであります。

	北の快適工房	SALONMOON	カラコンダイレクト
領域	健康・美容の悩みやニーズが 起点の商品	美容家電 (ヘアアイロン・ドライヤー等)	医療機器 (カラーコンタクトレンズ等)
販売 チャネル	自社ECサイト、ECモール	ECモール、一般店舗	ECモール
製造モデル	ファブレス (OEM委託製造)	ファブレス (OEM委託製造)	仕入販売

当第1四半期連結累計期間は、主力事業である「北の快適工房」において新規顧客獲得が過去最高水準で推移し、将来の定期売上上の源泉となる顧客基盤が大きく拡大いたしました。自社サイト等の新規顧客獲得人数は直前四半期連結会計期間比44%増となり、6四半期連結会計期間連続で増加いたしました。また、自社広告による獲得においては、月次では2026年3月に、日次では2026年4月19日に、それぞれ過去最高の新規顧客獲得人数を記録しております。

この結果、当第1四半期連結累計期間の売上高は3,209,825千円（前年同四半期比23.6%増）と大幅な増収となりました。

一方で、新規顧客獲得の急拡大に伴い、将来の定期売上獲得に向けた新規獲得費が先行して増加したことに加え、一部商品の需要増に対して生産が追いつかず、当第1四半期連結会計期間末における受注済み・未出荷の注文である「受注残」が生じたことにより、営業損失102,521千円（前年同四半期は240,429千円の営業利益）、経常損失95,979千円（同246,461千円の経常利益）、親会社株主に帰属する四半期純損失76,990千円（同168,877千円の親会社株主に帰属する四半期純利益）となりました。

なお、当該受注残は想定を上回る新規顧客獲得に対して一時的に供給が追いつかなかったことによるものであり、これに係る売上高は第2四半期連結会計期間以降の計上を見込んでおります。

増収の主な要因は、個別業績を構成する「北の快適工房」において過去最高水準となる新規顧客獲得により新規売上及びこれに伴う定期売上等の増加やECモールの堅調な推移により売上高が前年同四半期より345,509千円増加したこと、さらには2025年12月1日を株式取得日として連結子会社となった株式会社カラコンダイレクトの売上高が281,906千円寄与していることにあります。

一方、減益の主な要因については、「北の快適工房」における新規顧客獲得が過去最高水準まで拡大したことに伴い、将来の定期売上上の源泉となる顧客基盤の獲得に向けた新規獲得費を先行的に投下したことにあります。当社の自社サイト等における定期購入型モデルでは、初回購入時点では広告投資が先行し、その後の継続購入により収益を回収する構造であるため、新規顧客獲得が急拡大する局面では一時的に利益を押し下げる傾向があります。もっとも、当第1四半期連結累計期間における広告投資は採算性を度外視したものではなく、広告投資バランス（注1）は最適値である1.00を超過しない範囲で推移しております。また、新規顧客獲得が好調であることにより、一部商品において生産が需要に追いつかず、当第1四半期連結累計期間末時点で約286,000千円の受注残が発生しました。当該受注残に係る売上高は第2四半期連結会計期間以降に計上される見込みである一方、当該受注を獲得するための新規獲得費は当第1四半期連結累計期間に先行して計上されております。

そのため、当第1四半期連結累計期間においては、売上高と費用の計上時期に一時的なずれが生じ、利益を押し下げる要因となりました。なお、これらの影響は従来から業績予想に織り込んでおります。

仮に在庫が充足されていた場合の参考値は、売上高3,496,243千円（前年同四半期比34.7%増）、営業利益29,148千円（同87.9%減）、経常利益35,690千円（同85.5%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益15,245千円（同91.0%減）となり、各段階利益はいずれも黒字となります。

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が、当該セグメント内の各事業の売上高は、下記のとおりであります。

(千円)

セグメント	運営元	事業	当第1四半期連結累計期間
ヘルス&ビューティーケア関連事業	株式会社北の達人コーポレーション	北の快適工房	2,711,613
		その他	4,859
	株式会社SALONMOON	SALONMOON	211,445
	株式会社カラコンダイレクト	カラコンダイレクト	281,906
合計			3,209,825

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、当第1四半期連結累計期間においてグループ内取引が発生しておりますが、その金額は軽微であるため、以下の各事業の数値はグループ内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事業

当社の個別業績は「北の快適工房」と「その他」から構成されます。

「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オリジナルブランドの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はなく、モニター検証による実感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代以降が主な顧客層であり、基本的には商品を一箇月で使い切る設計で開発しており、定期購入形式で販売しております。売上の約7割が定期購入顧客によって支えられており、継続的に購入していただくことで安定成長する収益構造を実現しております。なお、直近は好調な新規顧客獲得や受注残等の一時的な要因により比率が変動しておりますが、中長期的には基本的な収益構造に変化はありません。

また、「その他」は、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『SPADE』によるものです。

両者は、商品特性や誕生経緯等から別事業として取り扱っておりますが、「その他」が個別業績に占める割合は僅少であります。

前年同四半期との比較

当第1四半期累計期間においては、好調な新規顧客獲得により売上高が前年同四半期を上回った一方、将来の定期売上獲得に向けた先行投資及び受注残に伴う一時的な計上時期のずれが生じました。

この結果、当第1四半期累計期間における個別業績の前年同四半期との比較は、下記のとおりであります。なお、当第1四半期累計期間より表示方法の変更(注2)を行ったため、営業利益における前年同四半期・増減額・増減率の各数値は、当該変更を反映した組替え後の数値となっております。

(千円)

	前年同四半期	実績	増減額	増減率
売上高	2,384,480	2,716,473	+331,993	+13.9%
営業利益	234,419	△104,385	△338,804	—
経常利益	240,176	△99,795	△339,971	—
四半期純利益	170,487	△70,334	△240,822	—

なお、前述した「北の快適工房」において新規顧客獲得が好調であったために生じた受注残を織り込んだ場合、各段階利益はいずれも黒字となります。参考値は下記のとおりであります。

(千円)

	前年同四半期	受注残を織り込んだ 参考値	増減額	増減率
売上高	2,384,480	3,002,891	+618,411	+25.9%
営業利益	234,419	27,284	△207,135	△88.4%
経常利益	240,176	31,873	△208,302	△86.7%
四半期純利益	170,487	21,901	△148,586	△87.2%

業績予想との比較

当第1四半期累計期間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	2,820,912	2,716,473	△104,438
売上総利益	2,200,978	2,149,261	△51,717
販売促進費等(注3)	1,436,209	1,469,402	+33,193
営業利益	△29,414	△104,385	△74,970

業績予想において営業利益をマイナスと見込んでいたのは、前述のとおり、予想策定時点より新規顧客獲得が堅調に推移することを想定しており、販売促進費等の増加とそれに伴い発生が予想される当第1四半期累計期間における受注残の影響をあらかじめ織り込んでいるためです。

当第1四半期累計期間においては、営業損失は104,385千円となり、業績予想を74,970千円下回りました。

業績予想との差異が生じている要因は、主に「北の快適工房」において定期売上の計上タイミングが予想策定時の見込みと一部ずれたこと、及び好調なECモールや新規顧客獲得に伴い販売促進費等が想定を上回ったことによるものです。

もっとも、定期売上の差異は需要減少や解約率悪化によるものではなく、売上計上時期の差異によるものであり、年間の定期売上見込額そのものに大きな変動を生じさせるものではありません。

また、販売促進費等の増加についても、ECモールにおける売上高が想定を上回ったことに加え、広告投資バランスは適正水準を維持しながら将来の定期売上の源泉となる新規顧客獲得が想定を上回って進捗したことによるものです。

以上により、現時点では通期業績予想への影響は限定的であると判断しております。

なお、個別業績を事業別に分解した数値は、下記のとおりであります。

(千円)

	北の快適工房			その他		
	業績予想	実績	増減額	業績予想	実績	増減額
売上高	2,816,119	2,711,613	△104,506	4,792	4,859	+67
売上総利益	2,197,320	2,146,473	△50,847	3,658	2,788	△869
販売促進費等	1,435,880	1,469,073	+33,193	329	328	△0

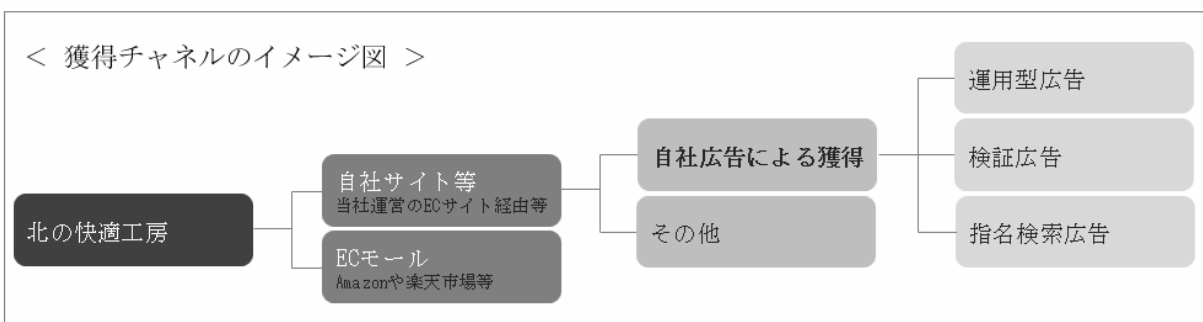
ヘルス&ビューティーケア関連事業における主要事業別の詳細な状況は下記のとおりであります。

(北の快適工房)

各指標の開示方法及び開示区分について

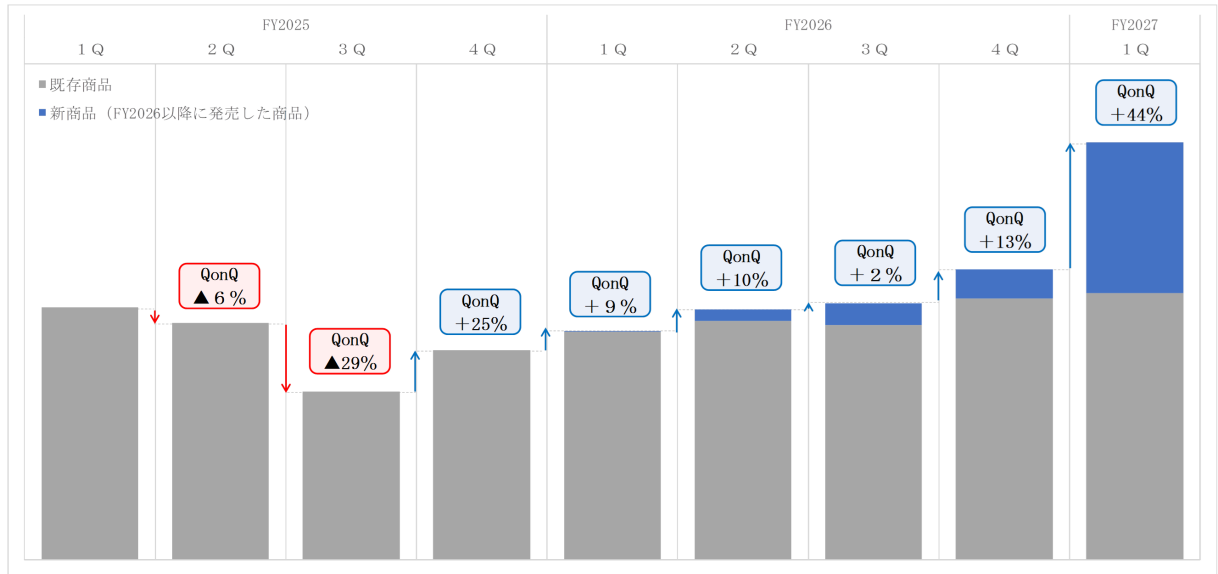
「北の快適工房」における主な獲得チャネルは、当社が独自に運営するECサイト経由の「自社サイト等(注4)」とAmazonや楽天市場等の「ECモール」となります。当第1四半期連結累計期間における売上高のうち、約8割が自社サイト等によるものです。自社サイト等は、先行する広告投資により、初回收支はマイナスになりますが、継続的に購入されることで収支がプラスになる定期購入型のビジネスモデルであり、将来の定期売上の源泉となる「新規顧客獲得人数」が重要な指標となります。一方、ECモールは、一度の購入で収支をプラスとする単品買い切り型のビジネスモデルであり、同一指標を用いることが適切ではないため、別掲しております。

また、同事業は、広告代理店に依存せず約100名で構成されるインハウスのWEBマーケティング部によって新規顧客獲得を行っており、このうち自社サイト等は「自社広告による獲得」が中心となっております。これにより、広告運用ノウハウや顧客理解を自社内に蓄積しながら、環境変化に応じた迅速な施策実行と継続的な改善を実現しております。なお、自社広告による獲得は3つの区分で構成されますが、当社における採算性を正確に計るため、同指標は最適な区分で算定し数値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

当第1四半期連結累計期間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。



当第1四半期連結累計期間における自社サイト等の新規顧客獲得人数は、直前四半期連結会計期間比44%増となり、6四半期連結会計期間連続で増加しております。また、自社広告による獲得においては、月次では2026年3月に、日次では2026年4月19日に、それぞれ過去最高の獲得人数を記録しております。

当社の自社サイト等における定期購入型モデルでは、新規顧客獲得人数の増加は将来の定期売上の源泉となるため、当第1四半期連結累計期間は短期的な利益を押し下げながらも、中長期的な売上基盤を大きく拡大した期間であったと認識しております。

また、新規顧客の獲得増加には新商品の発売が大きく寄与しており、既存商品の獲得を維持したまま、新商品による新規顧客獲得数が上乗せされる構造となっております。さらに、新商品の対応にリソースが割かれる中でも既存商品の獲得を維持できている背景には、生成AIの活用による生産性向上とキャパシティ拡大が貢献しております。今後も、新規顧客獲得人数の安定的な拡大を目指してまいります。その新規顧客獲得の基盤となる要素は以下の2つです。

商品開発体制について

新規顧客獲得人数が拡大している背景には、「ヒット」の再現性を重視した商品開発体制があります。当社は、中長期的な成長に向けて、ヒット商品のラインナップ拡充を重要な経営課題と位置づけております。一方で、限られた人的リソースの中で効率的な事業運営を行うため、単に商品数を増やすのではなく、「ヒットする商品」のみを発売し、「ヒットしない商品」は発売しないことを重視しております。この考えのもと、「ヒットする商品のみ」を発売するため、定量的な評価に基づく商品開発判断の仕組みを構築しております。

具体的には、過去に発売した約40商品について、当該商品を認知していない対象者に対し、統一された設問によるアンケート調査を実施し、「使用意向」や「想定価格における購入意向」等の回答データを取得いたしました。その後、当該調査結果をもとに、対象商品を販売実績の観点から「ヒットした商品」と「ヒットしなかった商品」の2群に分類し、各設問項目における回答傾向を比較・分析いたしました。その結果、両群の間で有意な差異が認められる複数の評価項目を特定するとともに、好調商品群に共通して見られる水準を基準値として設定いたしました。

新商品の企画段階においては、同様のアンケート調査を実施し、各評価項目が当該基準値を満たす場合には商品開発工程へと進め、満たさない場合には企画を見送る運用としております。これにより、従来は担当者の経験や感覚に依拠する側面が大きかった商品企画の判断について、客観的かつ再現性のある数値基準に基づく意思決定を可能とする体制を整備いたしました。

前連結会計年度から当第1四半期連結累計期間にかけて、127件の商品企画に対してアンケート調査を実施し、17件が基準を満たし、110件は商品化を見送る判断をいたしました。商品化候補として選定された企画の比率は13.4%と、非常に狭き門を通過した商品のみを発売する体制となっております。

また、本仕組みを通じて商品化した新商品の一部は、新規顧客獲得において当初想定を大幅に上回る実績を示しており、本仕組みに対する確信を深めております。さらに、商品化候補として選定された未発売企画についても、第2四半期連結会計期間から翌連結会計年度にかけて順次発売を予定しており、現在開発を進めております。

加えて、商品企画の創出においては生成AIを活用した壁打ちやアイデア出しの仕組みが整っており、担当者個人の発想や思いつきに依存することなく、継続的に新たな商品アイデアを創出・検証し、選択したものをアンケート

調査に回すといったプロセスを少人数で回せる体制を構築しております。また、対象ジャンルも従来のスキンケア化粧品や健康食品に留まらず、医薬品、医療機器、メイクアップ化粧品、グルメ食品等幅広く検討しており、企画が枯渇することなく常に10～20の新規企画が進行している状態を維持しております。

生成AIを活用したクリエイティブ制作

新商品の投入数が増加する中においても、人的リソースの大幅な増強を伴うことなく新規顧客獲得の拡大を図ることができている背景には、生成AIの活用が大きく寄与しております。当社は、販売に用いるクリエイティブを自社内で企画・制作する体制を構築しており、専門のクリエイティブ人材をはじめとする約100名の従業員で構成されたWEBマーケティング部を擁しております。これにより、クリエイティブの企画・制作から広告運用までを自社内で一貫して実行しております。加えて、長年にわたり蓄積してきた広告クリエイティブの実績データ及び運用ノウハウを基盤とすることで、生成AIを活用して作成したクリエイティブが量、質ともに高度化しております。

「量」の面では、当社はこれまで制作・運用してきた広告クリエイティブの成果データを網羅的に蓄積しております。どのようなクリエイティブが高い成果を生み出し、どのようなクリエイティブが成果につながらなかったかという膨大な実績データを保有していることから、成果につながる要素を抽出し、生成AIを活用して高精度なクリエイティブを大量に制作することが可能となっております。

「質」の面では、生成AIを活用しているのは高い集客スキルを有する専門のクリエイティブ人材であります。これらの人材が長年培ってきた知見やノウハウと生成AIを組み合わせることで、従来は制作コストや表現上の制約により実現が難しかった多様かつリッチな訴求表現が可能となっております。また、アイデア創出や表現検討の幅が大きく広がることで、クリエイティブの品質向上にも寄与しております。

さらに、生成AIの活用によりクリエイティブの制作・検証サイクルが高速化されており、ユーザーの反応変化に応じた改善を迅速に実施できる体制が整っております。

このように、生成AIは単独で競争優位性を生むものではなく、自社内で蓄積してきた実績データ、専門人材及び広告運用ノウハウと組み合わせることでその効果を最大化するものであります。当社は、クリエイティブ制作から運用までを一貫して自社内で完結できる体制を強みとして、今後も継続的な競争力強化に取り組んでまいります。

運用型広告の採算性

現在、一部獲得チャネルにおいて新規顧客獲得人数が過去最高を記録する等、非常に好調な状況であります。過剰な広告投資は一切行っておらず、通常期と同一の投資基準及び広告運用方針を維持し、適切な広告投資を行っております。

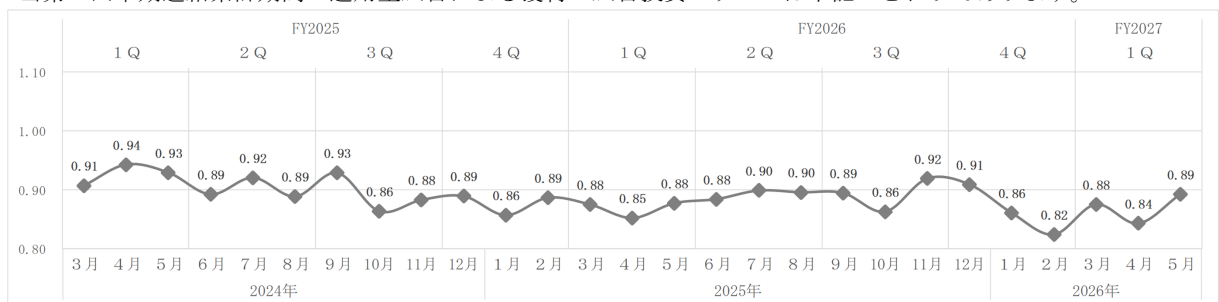
通信販売は、採算性を度外視し広告投資を拡大すれば必ず新規顧客獲得人数は増加する一方で、過度な投資は収益性の低下を引き起こします。そのため、当社では広告投資による成長機会の獲得と収益性の維持のバランスを管理する指標として、広告投資バランスを注視しております。

広告投資バランスは、実績CP0と上限CP0（注5）との関係を示す指標であり、広告投資バランスが1.00を超過した場合は、実績CP0が上限CP0を上回っており過剰に投資している状態、逆に1.00を下回っている場合は、実績CP0が上限CP0を下回っており、さらなる広告投資余地が存在する状態を示します。ただし、実務上は市場環境の変動や過剰投資リスクを考慮し、安全マージンを持たせて運用しております。これは、機会ロスを極力抑えつつ、収益性と持続的な成長を両立するための戦略的な判断であり、広告投資バランスは多くの場合1.00を下回って推移します。

なお、自社広告による獲得は、アルゴリズム解析や入札調整等の運用工夫によって投資規模を拡大できる「運用型広告」、新たなクリエイティブや施策の拡大余地があるかを検証する段階の「検証広告」、自社名や商品名を検索した顧客を対象に配信することで効率は良いが能動的な拡大には限界がある「指名検索広告」に分類されます。

検証広告は、拡大余地があるかを検証するため一定ラインまでは上限CP0を超過することを許容しており、この場合の広告投資バランスは1.00を上回ります。一方で、指名検索広告は、既に商品等に対する認知がある顧客層への広告配信となるため上限CP0を大きく下回る水準で獲得できるものの、このような顧客層には上限があり投資の拡大は限定的であることから広告投資バランスは1.00を下回ります。より実態に即した状況を示すため、拡大余地があり当社の集客運用力を測れる「運用型広告」における広告投資バランスを算定しております。

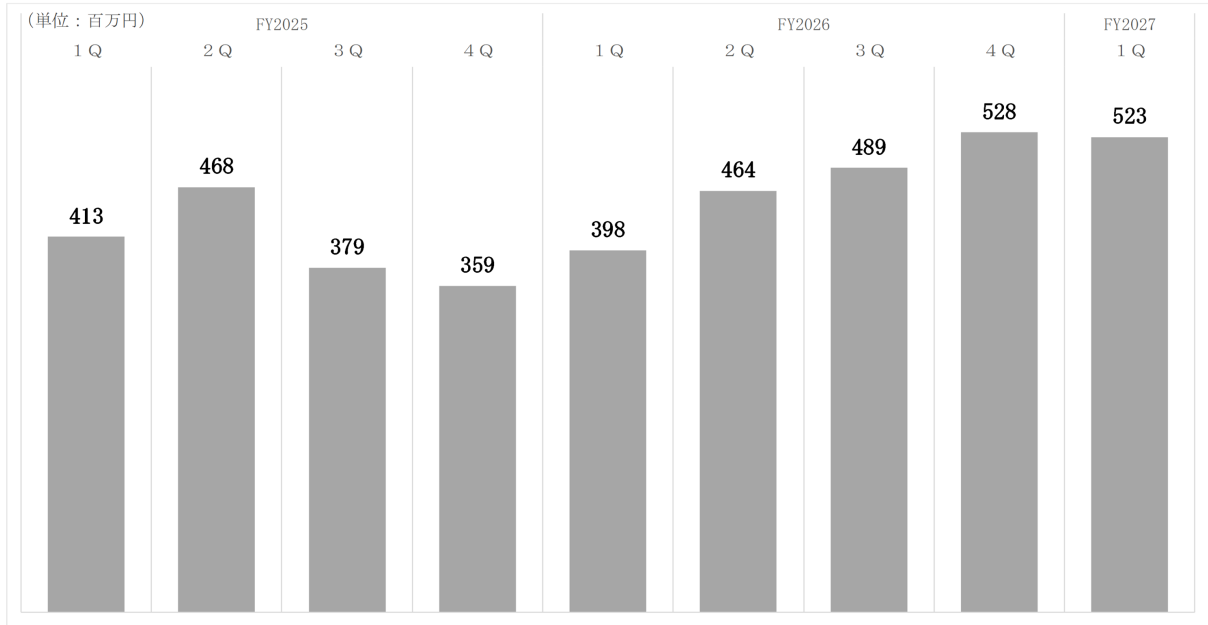
当第1四半期連結累計期間の運用型広告による獲得の広告投資バランスは下記のとおりであります。



当第1四半期連結累計期間においては、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。なお、当第1四半期連結累計期間においては、広告投資バランスが1.00を大きく下回る月もございましたが、良いクリエイティブが生まれた際に見られる「新規顧客獲得単価が下がりながらも新規顧客獲得は増加する現象」が生じたものであります。今後も、最適な広告投資バランスである1.00を超過しない範囲で、新規顧客獲得人数の増加を図ってまいります。

ECモールの売上高推移

当第1四半期連結累計期間におけるECモールの売上高推移は、下記のとおりであります。

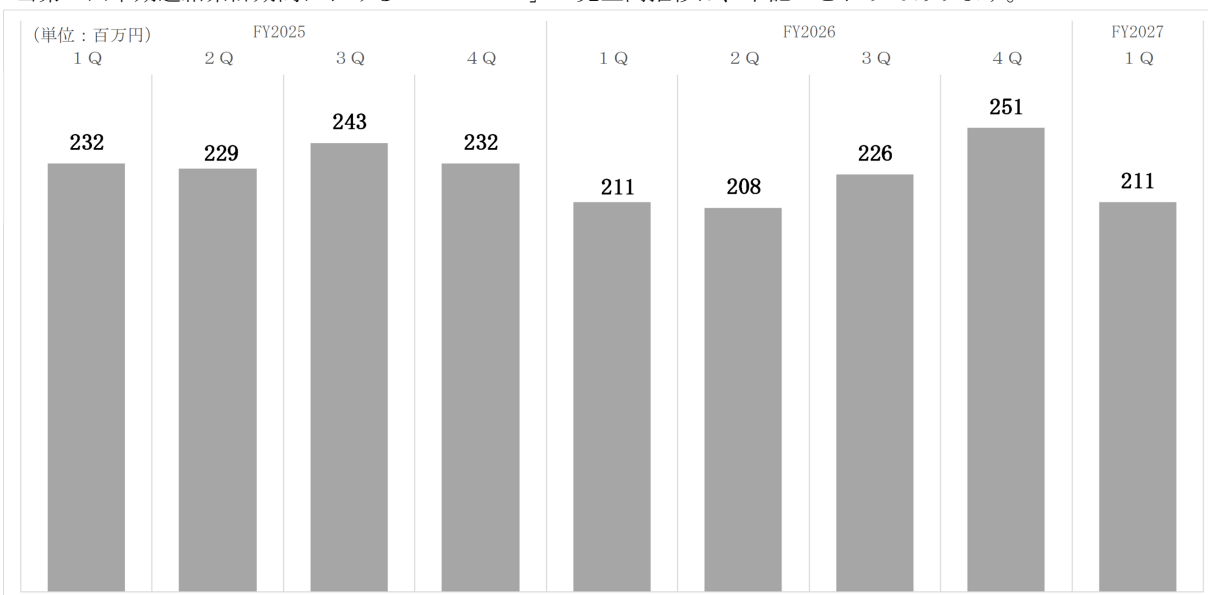


当社では、成長市場であるECモールを積極的に取り込むべく、専任者を複数名配置しECモールの拡大に取り組んでおります。当第1四半期連結累計期間においても、引き続きECモールに特化した商品画像や商品説明ページ等のクリエイティブ改修及び広告最適化を行いました。特に、複数の商品を比較検討のうえ購入されるECモールの特性を踏まえ、自社商品の独自性や優位性をより明確に訴求するクリエイティブ改修を進めております。加えて、売上に大きな影響をもたらす各ECモールにおけるセールへの参加、セール参加率を向上させる取組等、多岐にわたる施策によって売上拡大に取り組みました。

こうした結果、Amazonでは2026年3月の月商が過去最高を記録しております。今後も継続してさらなる売上拡大に取り組んでまいります。

(SALONMOON)

当第1四半期連結累計期間における「SALONMOON」の売上高推移は、下記のとおりであります。



当社の連結子会社である株式会社SALONMOONが展開する事業「SALONMOON」では、機能性に優れたオリジナルヘアケア美容家電のヘアアイロン、ドライヤー等をお手頃な価格で提供しております。20代から40代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、全国の家電量販店やディスカウントストアでの店頭販売も行っております。

当第1四半期連結累計期間においては、Amazon、楽天市場及びQoo10等の主力ECモールにおける売上拡大のための販促施策を行いました。各ECモールにおいて、商品価値の適正な訴求と収益性向上を目的として、価格戦略の最適化やクリエイティブ改善、商品ページコンテンツの拡充を推進いたしました。また、季節イベントに合わせた限定企画や購入体験価値を高める施策を実施したほか、新たな広告手法の検証にも取り組み、集客力及び販売効率の向上を図りました。こうした施策により、「SALONMOON」美容家電シリーズの累計出荷台数は156万台を突破いたしました。

一方で、当事業においては、商品の多くを海外から調達しているため、円安進行による仕入原価上昇の影響を受けております。このような環境下において、当第1四半期連結累計期間は売上規模の拡大よりも収益性の維持を重視し、広告投資の効率化や価格戦略の最適化を進めました。

この結果、当第1四半期連結累計期間における「SALONMOON」の売上高は211,445千円（前年同四半期比0.2%減）となりましたが、引き続き商品ページ改善、価格戦略、販促施策の最適化により、収益性を伴う成長を目指してまいります。

(カラコンダイレクト)

2025年12月1日を株式取得日として連結子会社となった株式会社カラコンダイレクトが展開する事業「カラコンダイレクト」では、カラーコンタクトレンズ等の医療機器を中心に、商品の仕入及びEC販売を行っております。成長を続けるカラーコンタクトレンズ市場において、90種以上の商品をQoo10や楽天市場等のECモールで販売しており、多数の高評価・レビューの獲得によるリピーター基盤、豊富な取扱商品数にも対応する効率的な受注・配送フロー等を有しております。また、同事業は、基本的に受注後に必要数量を仕入先へ発注する運営モデルを採用しており、仕入販売業でありながら在庫保有を最小限に抑えた事業運営を実現しております。これにより、商品ラインアップの拡充と在庫リスクの低減を両立していることも特徴の一つであります。

当第1四半期連結累計期間においては、当社におけるマーケティングノウハウや業務改善ノウハウを活用し、販売効率・広告効率・物流効率の向上に向けたPMI施策を推進しております。特に、一部主要店舗において広告費の削減と利益率の改善が進んでおり、買収後の収益性向上に向けた初期効果が表れ始めております。

この結果、当第1四半期連結累計期間における「カラコンダイレクト」の売上高は281,906千円となりました。

なお、物流面において配送体制の見直しによるコスト最適化を進めるとともに、出荷オペレーションの効率化にも取り組んでおり、今後の出荷能力の向上及び物流コストの削減に努めております。加えて、同事業の既存顧客基盤及びECモール運営力に、当社グループの広告運用・LTV分析・業務改善ノウハウを組み合わせることで、同事業の収益基盤拡大に取り組んでまいります。

(注1) 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。広告投資バランスが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2) 個別業績における表示方法の変更

従来、連結子会社の兼務に伴う人件費及び地代家賃の請求額は、「営業外収益」に計上していた。当該請求額は連結子会社との費用負担の調整としての性格を有しているため、子会社の増加を契機に、将来的な取引規模の拡大の可能性を踏まえ、関連する販売費及び一般管理費の各費目から直接控除する方法によることが、当該請求額の実態及び当社個別の営業利益をより適切に表示することになると判断し、当第1四半期会計期間より表示方法を変更。

この結果、前年同四半期の損益計算書において、「営業外収益」に表示していた12,203千円は、「販売費及び一般管理費」の各費目の控除へ組み替えており、「営業利益」が同額増加。なお、「経常利益」及び「四半期純利益」への影響はない。本変更は個別業績に係るものであり、当該請求額はグループ間の内部取引として連結財務諸表においては相殺消去されるため、連結損益計算書への影響はない。

(注3) 販売促進費等

注文運動費（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（ほとんどが広告宣伝費）から構成。

(注4) 自社サイト等

当社が独自に運営するECサイトからの新規顧客獲得（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5) 上限CPO

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「CPO (Cost Per Order)」と、顧客が将来もたらす「LTV」(注6)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6) 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) 当四半期の財政状態の概況

(資産)

当第1四半期連結会計期間末における資産合計は、前連結会計年度末と比較して467,832千円減少し、9,022,499千円となりました。この主な要因は、棚卸資産が233,820千円、流動資産のその他が797,837千円増加した一方で、現金及び預金が1,456,507千円減少したこと等によるものであります。

(負債)

当第1四半期連結会計期間末における負債合計は、前連結会計年度末と比較して143,412千円減少し、1,299,121千円となりました。この主な要因は、未払金が109,006千円増加した一方で、買掛金が179,074千円、未払法人税等が95,362千円減少したこと等によるものであります。

(純資産)

当第1四半期連結会計期間末における純資産合計は、前連結会計年度末と比較して324,419千円減少し、7,723,378千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が327,987千円減少し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

2027年2月期の業績予想につきましては、2026年4月14日に公表いたしました連結・個別業績予想に変更はございません。

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)

	前連結会計年度 (2026年2月28日)	当第1四半期連結会計期間 (2026年5月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	5,701,828	4,245,320
売掛金及び契約資産	692,835	658,601
商品及び製品	1,071,797	1,377,551
仕掛品	473	—
原材料及び貯蔵品	301,776	230,316
その他	340,439	1,138,277
貸倒引当金	△3	△3
流動資産合計	8,109,147	7,650,064
固定資産		
有形固定資産	239,088	231,739
無形固定資産		
のれん	285,903	259,440
その他	81,360	76,729
無形固定資産合計	367,263	336,170
投資その他の資産	774,831	804,525
固定資産合計	1,381,184	1,372,434
資産合計	9,490,331	9,022,499
負債の部		
流動負債		
買掛金	367,895	188,821
未払金	631,964	740,970
未払法人税等	109,822	14,460
株主優待引当金	118,693	118,693
その他	157,034	178,872
流動負債合計	1,385,410	1,241,818
固定負債		
資産除去債務	57,122	57,303
固定負債合計	57,122	57,303
負債合計	1,442,533	1,299,121
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	253,992	257,560
利益剰余金	7,851,334	7,523,347
自己株式	△331,521	△331,521
株主資本合計	8,047,798	7,723,378
純資産合計	8,047,798	7,723,378
負債純資産合計	9,490,331	9,022,499

(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)

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2025年3月1日 至 2025年5月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2026年3月1日 至 2026年5月31日)
売上高	2,596,292	3,209,825
売上原価	601,694	883,753
売上総利益	1,994,598	2,326,071
販売費及び一般管理費	1,754,168	2,428,592
営業利益又は営業損失(△)	240,429	△102,521
営業外収益		
受取利息	10	28
為替差益	686	0
受取弁済金	1,251	4,150
サンプル売却収入	179	218
印税収入	3,072	1,363
その他	1,033	782
営業外収益合計	6,233	6,543
営業外費用		
その他	202	1
営業外費用合計	202	1
経常利益又は経常損失(△)	246,461	△95,979
特別損失		
固定資産売却損	899	173
特別損失合計	899	173
税金等調整前四半期純利益又は 税金等調整前四半期純損失(△)	245,561	△96,152
法人税等	76,683	△19,162
四半期純利益又は四半期純損失(△)	168,877	△76,990
親会社株主に帰属する四半期純利益又は 親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	168,877	△76,990

(四半期連結包括利益計算書)

(単位：千円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2025年3月1日 至 2025年5月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2026年3月1日 至 2026年5月31日)
四半期純利益又は四半期純損失 (△)	168,877	△76,990
四半期包括利益	168,877	△76,990
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	168,877	△76,990

(3) 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に関する注記)

(税金費用の計算)

税金費用につきましては、当第1四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又は税引前四半期純損失に当該見積実効税率を乗じて計算しております。ただし、当該見積実効税率を用いて税金費用を計算すると著しく合理性を欠く結果となる場合には、法定実効税率を使用する方法によっております。

なお、法人税等調整額は、法人税等を含めて表示しております。

(セグメント情報等の注記)

I 前第1四半期連結累計期間(自 2025年3月1日 至 2025年5月31日)

当社グループは、ヘルス&ビューティーケア関連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。

II 当第1四半期連結累計期間(自 2026年3月1日 至 2026年5月31日)

当社グループは、ヘルス&ビューティーケア関連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。

(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。

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(四半期連結キャッシュ・フロー計算書に関する注記)

当第1四半期連結累計期間に係る四半期連結キャッシュ・フロー計算書は作成しておりません。なお、第1四半期連結累計期間に係る減価償却費(のれんを除く無形固定資産に係る償却費を含む。)及びのれんの償却額は、次のとおりであります。

	前第1四半期連結累計期間 (自 2025年3月1日 至 2025年5月31日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2026年3月1日 至 2026年5月31日)
減価償却費	13,500千円	12,462千円
のれんの償却額	16,484	26,462

独立監査人の四半期連結財務諸表に対する期中レビュー報告書

2026年7月15日

株式会社北の達人コーポレーション

取締役会 御中

清明監査法人

北海道札幌市

指定社員 公認会計士 北倉 隆一
業務執行社員

指定社員 公認会計士 加賀 聡
業務執行社員

監査人の結論

当監査法人は、四半期決算短信の「添付資料」に掲げられている株式会社北の達人コーポレーションの2026年3月1日から2027年2月28日までの連結会計年度の第1四半期連結会計期間（2026年3月1日から2026年5月31日まで）及び第1四半期連結累計期間（2026年3月1日から2026年5月31日まで）に係る四半期連結財務諸表、すなわち、四半期連結貸借対照表、四半期連結損益計算書、四半期連結包括利益計算書及び注記について期中レビューを行った。

当監査法人が実施した期中レビューにおいて、上記の四半期連結財務諸表が、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準（ただし、四半期財務諸表等の作成基準第4条第2項に定める記載の省略が適用されている。）に準拠して作成されていないと信じさせる事項が全ての重要な点において認められなかった。

監査人の結論の根拠

当監査法人は、我が国において一般に公正妥当と認められる期中レビューの基準に準拠して期中レビューを行った。期中レビューの基準における当監査法人の責任は、「四半期連結財務諸表の期中レビューにおける監査人の責任」に記載されている。当監査法人は、我が国における職業倫理に関する規定（社会的影響度の高い事業体の財務諸表監査に適用される規定を含む。）に従って、会社及び連結子会社から独立しており、また、監査人としてのその他の倫理上の責任を果たしている。当監査法人は、結論の表明の基礎となる証拠を入手したと判断している。

四半期連結財務諸表に対する経営者及び監査等委員会の責任

経営者の責任は、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準（ただし、四半期財務諸表等の作成基準第4条第2項に定める記載の省略が適用されている。）に準拠して四半期連結財務諸表を作成することにある。これには、不正又は誤謬による重要な虚偽表示のない四半期連結財務諸表を作成するために経営者が必要と判断した内部統制を整備及び運用することが含まれる。

四半期連結財務諸表を作成するに当たり、経営者は、継続企業の前提に基づき四半期連結財務諸表を作成することが適切であるかどうかを評価し、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準（ただし、四半期財務諸表等の作成基準第4条第2項に定める記載の省略が適用されている。）に基づいて継続企業に関する事項を開示する必要がある場合には当該事項を開示する責任がある。

監査等委員会の責任は、財務報告プロセスの整備及び運用における取締役の職務の執行を監視することにある。

四半期連結財務諸表の期中レビューにおける監査人の責任

監査人の責任は、監査人が実施した期中レビューに基づいて、期中レビュー報告書において独立の立場から四半期連結財務諸表に対する結論を表明することにある。

監査人は、我が国において一般に公正妥当と認められる期中レビューの基準に従って、期中レビューの過程を通じて、

職業的専門家としての判断を行い、職業的懐疑心を保持して以下を実施する。

- ・ 主として経営者、財務及び会計に関する事項に責任を有する者等に対する質問、分析的手続その他の期中レビュー手続を実施する。期中レビュー手続は、我が国において一般に公正妥当と認められる監査の基準に準拠して実施される年度の財務諸表の監査に比べて限定された手続である。
- ・ 継続企業の前提に関する事項について、重要な疑義を生じさせるような事象又は状況に関して重要な不確実性が認められると判断した場合には、入手した証拠に基づき、四半期連結財務諸表において、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準（ただし、四半期財務諸表等の作成基準第4条第2項に定める記載の省略が適用されている。）に準拠して作成されていないと信じさせる事項が認められないかどうか結論付ける。また、継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められる場合は、期中レビュー報告書において四半期連結財務諸表の注記事項に注意を喚起すること、又は重要な不確実性に関する四半期連結財務諸表の注記事項が適切でない場合は、四半期連結財務諸表に対して限定付結論又は否定的結論を表明することが求められている。監査人の結論は、期中レビュー報告書日までに入手した証拠に基づいているが、将来の事象や状況により、企業は継続企業として存続できなくなる可能性がある。
- ・ 四半期連結財務諸表の表示及び注記事項が、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準（ただし、四半期財務諸表等の作成基準第4条第2項に定める記載の省略が適用されている。）に準拠して作成されていないと信じさせる事項が認められないかどうかを評価する。
- ・ 四半期連結財務諸表に対する結論表明の基礎となる、会社及び連結子会社の財務情報に関する証拠を入手する。監査人は、四半期連結財務諸表の期中レビューに関する指揮、監督及び査閲に関して責任がある。監査人は、単独で監査人の結論に対して責任を負う。

監査人は、監査等委員会に対して、計画した期中レビューの範囲とその実施時期、期中レビュー上の重要な発見事項について報告を行う。

監査人は、監査等委員会に対して、独立性についての我が国における職業倫理に関する規定を遵守したこと、並びに監査人の独立性に影響を与えると合理的に考えられる事項、及び阻害要因を除去するための対応策を講じている場合又は阻害要因を許容可能な水準にまで軽減するためのセーフガードを適用している場合はその内容について報告を行う。

利害関係

会社及び連結子会社と当監査法人又は業務執行社員との間には、公認会計士法の規定により記載すべき利害関係はない。

以 上

-
- (注) 1. 上記の期中レビュー報告書の原本は当社（四半期決算短信開示会社）が別途保管しております。
2. XBRL データ及び HTML データは期中レビューの対象には含まれていません。