



2026年2月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)

2026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) 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 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2026年2月期第3四半期の連結業績 (2025年3月1日～2025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	
2026年2月期第3四半期	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2026年2月期第3四半期	8,014	△13.2	757	△48.6	776	△48.1	521	△48.3
2025年2月期第3四半期	9,235	△18.3	1,473	36.9	1,495	36.1	1,009	34.1

(注) 包括利益 2026年2月期第3四半期 521百万円 (△48.4%) 2025年2月期第3四半期 1,012百万円 (34.4%)

	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
2026年2月期第3四半期	円 銭 3.74	円 銭 —
2025年2月期第3四半期	7.25	—

(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
2026年2月期第3四半期	百万円 8,938	百万円 7,870	% 88.0	円 銭 56.44
2025年2月期	9,157	7,866	85.9	56.50

(参考) 自己資本 2026年2月期第3四半期 7,870百万円 2025年2月期 7,866百万円

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
2025年2月期	円 銭 —	円 銭 1.30	円 銭 —	円 銭 2.20	円 銭 3.50
2026年2月期	—	1.70	—	—	—
2026年2月期(予想)				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. 2026年2月期の連結業績予想 (2025年3月1日～2026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
通期	百万円 10,289	% △13.0	百万円 897	% △46.4	百万円 911	% △46.5	百万円 622	% △48.4

(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. 14 「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）	2026年2月期 3Q	141,072,000株	2025年2月期	141,072,000株
② 期末自己株式数	2026年2月期 3Q	1,628,833株	2025年2月期	1,832,233株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2026年2月期 3Q	139,359,720株	2025年2月期 3Q	139,208,976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. 10 「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。

(参考)

1. 2026年2月期第3四半期の個別業績（累計）（2025年3月1日～2025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	
2026年2月期第3四半期	百万円 7,367	% △11.5	百万円 734	% △48.4	百万円 790	% △45.4	百万円 556	% △44.8
2025年2月期第3四半期	8,329	△19.3	1,423	35.9	1,446	35.4	1,008	33.2

2. 2026年2月期の個別業績予想（2025年3月1日～2026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
通期	百万円 9,275	% △13.2	百万円 802	% △49.7	百万円 862	% △47.2	百万円 612	% △46.8	円 銭 4.40

(注)直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

○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	10
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	10
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	11
(1) 四半期連結貸借対照表	11
(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	12
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	14
(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)	14
(セグメント情報等の注記)	14
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	14
(継続企業の前提に関する注記)	14
(四半期連結キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	14
(重要な後発事象の注記)	15

〔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や美容家電等を販売する「ヘルス＆ビューティーケア関連事業」を開拓しております。なかでも、主力ブランドである「北の快適工房」において、集客部門の社内教育・研修体制の整備や改善に取り組み、これまで培ってきたマーケティングにおけるクリエイティブスキルのさらなる向上のほか、新商品発売を通じた新規顧客獲得人数の増加を図りました。さらに、商品ラインナップ拡充のためのフローのブラッシュアップ及び組織基盤の構築を行いました。また、連結子会社である株式会社SALONMOONのオリジナルヘルス＆ビューティーケアブランド「SALONMOON」では、各種ECモールでの販促施策や新商品の発売等を通じ業績拡大に取り組んでおります。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間の業績は、売上高8,014,302千円（業績予想比3.7%増）、営業利益757,974千円（同0.4%減）、経常利益776,696千円（同0.6%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益521,864千円（同1.4%減）と概ね業績予想どおりに着地いたしました。

また、前年同四半期との比較では、売上高は13.2%減、営業利益は48.6%減、経常利益は48.1%減、親会社株主に帰属する四半期純利益は48.3%減となりました。

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、セグメント内の各ブランドの売上高は下記のとおりであります。

(千円)

セグメント	ブランド	第1四半期	第2四半期	第3四半期	当第3四半期 連結累計期間 (合計)
ヘルス＆ ビューティーケア 関連事業	北の快適工房	2,366,104	2,427,742	2,533,024	7,326,871
	SALONMOON	211,812	208,560	226,685	647,057
	その他ブランド	18,375	13,252	8,745	40,373
合計		2,596,292	2,649,555	2,768,454	8,014,302

なお、当第3四半期累計期間におけるブランド「北の快適工房」及び「その他ブランド」から構成される個別業績に関しましては、売上高7,367,244千円（業績予想比5.8%増）、営業利益734,402千円（同6.1%増）、経常利益790,145千円（同7.2%増）、四半期純利益556,494千円（同6.2%増）と、いずれも業績予想を上回って着地いたしました。

また、前年同四半期との比較では、売上高は11.5%減、営業利益は48.4%減、経常利益は45.4%減、四半期純利益は44.8%減となりました。

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3四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、以下の各ブランド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ブランド

当社の個別業績は「北の快適工房」と「その他ブランド」から構成されます。

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度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くことで安定成長する収益構造を実現しております。

また、「その他ブランド」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。ただし、限られた経営リソースを最適に配分する観点から、新規顧客の獲得や各種施策を終了し、既存の定期顧客の方への定期便のお届けのみ継続することとしております。

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

業績予想との比較

当第3四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	6,965,775	7,367,244	+401,469
売上総利益	5,491,361	5,824,812	+333,451
販売促進費等	2,583,602	2,896,661	+313,059
販売利益	2,907,759	2,928,151	+20,391
営業利益	692,357	734,402	+42,044

当社では、広告の投資効率を一目で可視化できるようにするために、独自の管理会計を行っております。上記の表では、当社の事業の状況をより正確に説明するため、管理会計上の利益管理数値である「販売利益」を使用しております。

販売利益は、売上総利益から販売促進費等を差し引いた金額となります。販売促進費等とは、注文連動費（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）から構成されます。注文連動費は全体売上高に対して基本的に一定の割合で推移しますが、新規獲得費は新規集客の増減により割合が変動するため、販売利益は新規獲得状況の影響を大きく受け、直近の事業状況がダイレクトに反映される指標となります。具体的には、新規の獲得状況が想定より好調な場合は新規獲得費が増加するため販売利益は想定より減少、逆に新規の獲得状況が想定より不調な場合は新規獲得費が減少するため販売利益は想定より増加するという逆転現象が起きます。また、販売利益から人件費や家賃等の総運営費を差し引いたものが財務会計上の「営業利益」となり、直近の事業状況に加え将来の事業拡大に向けた投資状況等の影響も受けます。

当第3四半期累計期間においては、売上高は7,367,244千円（業績予想比5.8%増）、販売利益は2,928,151千円（同0.7%増）となりました。

なお、個別業績をブランド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			その他ブランド		
	業績予想	実績	増減額	業績予想	実績	増減額
売上高	6,928,545	7,326,871	+398,325	37,229	40,373	+3,144
売上総利益	5,462,719	5,795,944	+333,225	28,641	28,867	+226
販売促進費等	2,581,340	2,894,171	+312,831	2,261	2,490	+228
販売利益	2,881,379	2,901,773	+20,394	26,380	26,377	△2

個別業績の大部分を占め影響度の高い「北の快適工房」において、下記のとおり詳細な業績説明を行います。

「北の快適工房」における業績予想と実績の差異要因

当第3四半期累計期間における「北の快適工房」の業績予想と実績の差異は、下記のとおりであります。

(千円)

	業績予想	実績	増減額	増減率
売上高	6,928,545	7,326,871	+398,325	+5.7%
①新規獲得				
売上高	1,034,007	1,234,636	+200,628	+19.4%
売上総利益	745,909	878,973	+133,063	+17.8%
販売促進費等	2,052,521	2,260,541	+208,019	+10.1%
販売利益	△1,306,611	△1,381,567	△74,956	—
初回ROAS（注1）	56.3%	62.8%	—	—
②定期及びその他				
売上高	4,690,516	4,739,584	+49,068	+1.0%
売上総利益	3,731,701	3,769,750	+38,049	+1.0%
販売促進費等	197,423	227,058	+29,635	+15.0%
販売利益	3,534,277	3,542,691	+8,414	+0.2%
③ECモール				
売上高	1,204,021	1,352,649	+148,628	+12.3%
売上総利益	985,108	1,147,220	+162,111	+16.5%
販売促進費等	331,395	406,571	+75,175	+22.7%
販売利益	653,713	740,649	+86,936	+13.3%
販売利益	2,881,379	2,901,773	+20,394	+0.7%

「北の快適工房」における業績は、収益構造が異なることやそれぞれの規模の大きさから、「①新規獲得」、既存の顧客によるリピート購入、定期購入、その他の調整項目等である「②定期及びその他」、Amazonや楽天市場等の「③ECモール」の3つに区分して開示しております。

①新規獲得

当第3四半期累計期間において、広告投資効率の指標である初回ROASを想定以上の水準で維持しつつ新規顧客の獲得も好調であったことで、売上高が想定を上回りました。これにより、新規獲得費をはじめとする販売促進費等は想定を上回り、販売利益は想定を下回ることとなりましたが、将来の定期売上につながる新規顧客獲得のための先行投資が採算内で増加したポジティブな結果となります。

②定期及びその他

定期及びその他の売上高は、当第3四半期累計期間における新規獲得が想定以上に増加したこと等により4,739,584千円（業績予想比1.0%増）、販売利益は3,542,691千円（同0.2%増）で着地しております。

③ECモール

当第3四半期累計期間において、従来からの継続的な取組であるECモールに特化した販促活動やクリエイティブの制作に加え、セールへの参加率向上を意図した施策等が功を奏し、売上高が想定を上回りました。これにより、販売利益も同様に想定を上回っております。

以上、「北の快適工房」における売上高は7,326,871千円（業績予想比5.7%増）、販売利益は2,901,773千円（同0.7%増）となりました。これが主因となり、個別業績における売上高は7,367,244千円（業績予想比5.8%増）、販売利益は2,928,151千円（同0.7%増）で着地いたしました。

なお、前年同四半期との差異及び直前四半期会計期間との差異につきましては、本日公表の「2026年2月期第3四半期決算補足説明資料」をご覧ください。

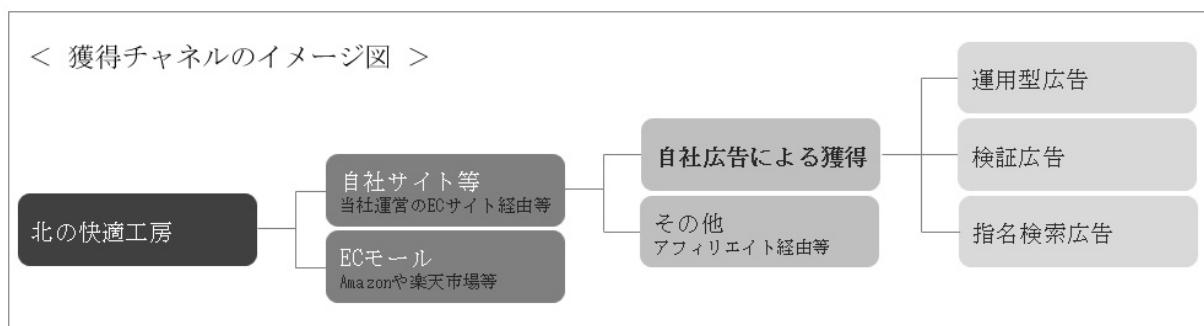
ヘルス＆ビューティーケア関連事業における主要ブランド別の詳細な事業の状況は下記のとおりであります。

(北の快適工房)

各指標の開示方法及び開示区分について

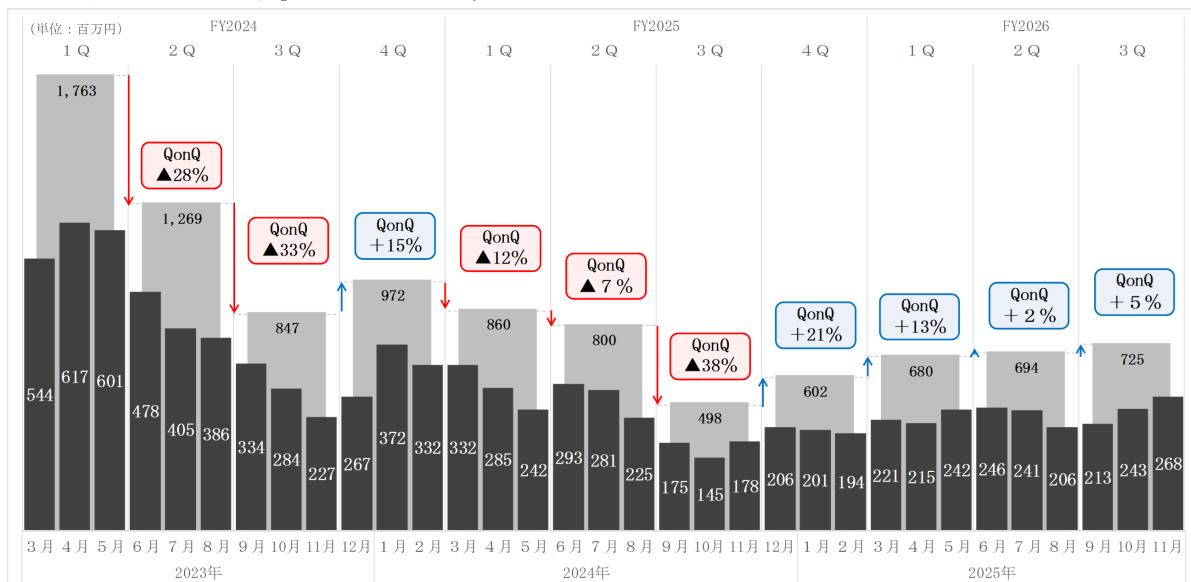
「北の快適工房」における主な獲得チャネルは、当社が独自に運営するECサイト経由の「自社サイト等（注2）」とAmazonや楽天市場等の「ECモール」となります。当第3四半期連結累計期間における売上高のうち、約8割が自社サイト等によるものです。自社サイト等は、先行する広告投資により、初回収支はマイナスになりますが、継続的に購入されることで収支がプラスになる定期購入型のビジネスモデルであり、将来の定期売上の源泉となる「新規顧客獲得人数」が重要な指標となります。一方、ECモールは、一度の購入で収支をプラスとする単品買い切り型のビジネスモデルであり、同一指標を用いることが適切ではないため、別掲しております。

また、「自社サイト等」は、「自社広告による獲得」と、アフィリエイト経由等の獲得である「その他」から構成されます。さらに、「自社広告による獲得」は3つの区分で構成されます。当社における投資効率や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。



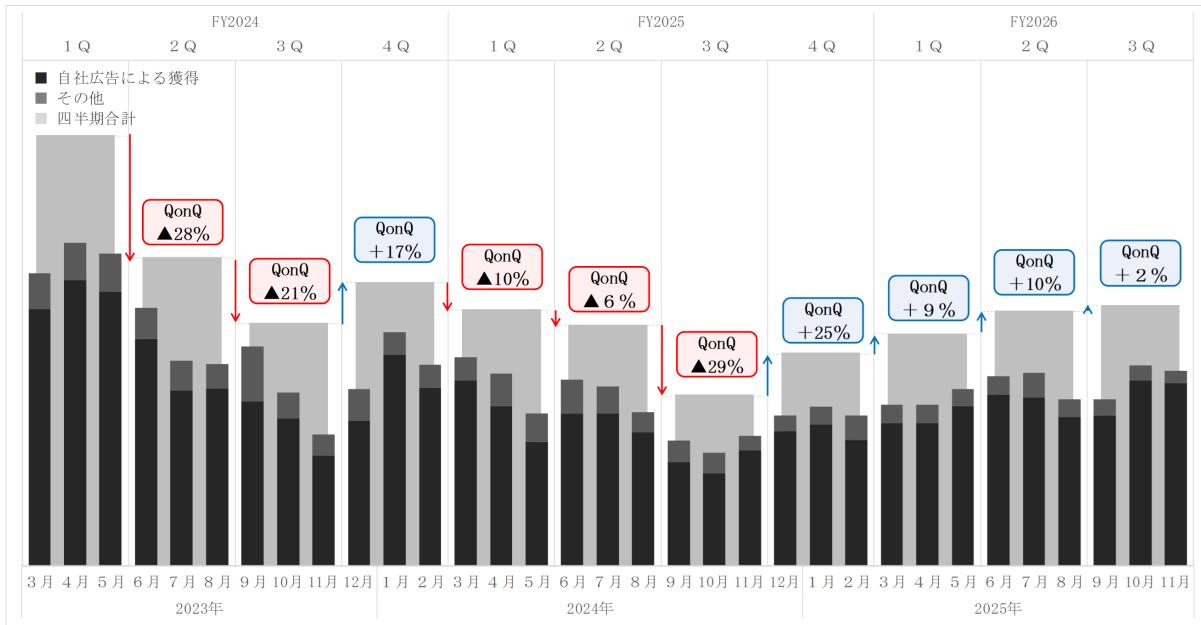
「北の快適工房」の広告宣伝費の推移

当第3四半期連結累計期間における広告宣伝費の推移は、下記のとおりであります。なお、広告宣伝費のほとんどが「自社広告による獲得」によるものです。



自社サイト等の新規顧客獲得人数推移

当第3四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。



前連結会計年度より、クリック率の高い広告や特に購入率が高い販売ページ等の「良いクリエイティブ」を作るため、研修内容のブラッシュアップ・体制の構築・AI活用の推進等に継続的に取り組んでおり、自社サイト等の新規顧客獲得人数は、4四半期連結会計期間連続で増加しております。

インターネット広告においては、どのような良いクリエイティブであっても一定期間を経過すると疲弊（見飽きられる現象）が生じユーザーの反応が悪化し、新規顧客獲得人数が減少します。これに対し、視点や切り口を変えた新鮮なクリエイティブを次々と作成し、新規顧客獲得人数の回復・拡大を図る必要がありますが、当社ではこのPDCAを短いスパンで回すことができる体制が整いつつあります。また、生成AIを活用したクリエイティブ生成についても、ベテランメンバーにおいては従来のクオリティを維持したままのクリエイティブ生産量の増加が進んでおり、若手メンバーにおいてもクオリティ水準の底上げに着実な効果が現れており、これらの成果を背景として、将来の商品ラインナップ拡充に備えた体制整備が着実に進んでおります。

今後も、クリエイティブスキルの引き上げに加え組織基盤の整備にも注力しつつ、新規顧客獲得人数の安定的な増加を目指してまいります。

商品ラインナップの拡充

当社では、商品企画を加速させ商品ラインナップの拡充を通じた新規顧客獲得人数の増加も図っております。これまでのマーケティング活動により得た「ヒット商品の企画モデル」のノウハウを、商品開発フローに導入することで発売後にヒットする確度を高める開発フローを構築しております。加えて、従来は商品部門が一貫して担当していた商品の「企画」と「開発」のフェーズを分け、社長をトップとする商品企画マーケティングチームを発足し、「販促活動」を見据えた「企画」を行えるような人員配置・体制を整備しております。

当第3四半期連結累計期間においては同チームの人員を増員する等の体制強化を行い、新商品発売目標から逆算したKPIを設定・管理することでヒット商品のラインナップ拡充を図っております。また、同部門においても「悩みを的確に捉えたアイディア創出やブラッシュアップ」「外部テスト結果の分析」等の工程において積極的に生成AIを活用することで、企画案の質と検証スピードの双方が大幅に向上いたしました。これにより、人間が創造性を発揮すべき工程により注力できるようになる等、最適なリソース配分が可能となる体制が整いつつあり、同チームの取組は着実に前進しております。現在、2027年8月末までの発売を想定している商品については企画フェーズを概ね完了しており、順次開発段階へ移行しております。

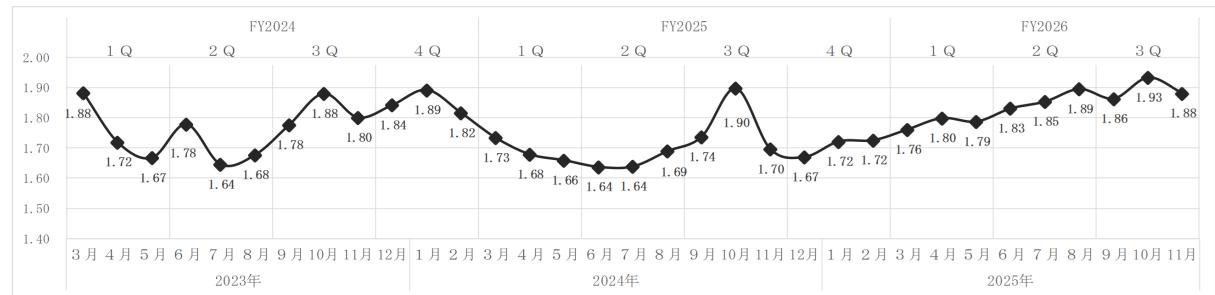
2025年5月28日には、頬のたるみを引き上げながら（注3）スキンケアまで叶える次世代のリフトアップ（注3）マイクロニードル化粧品『リフィスト』を発売し、発売後の初動は上々の滑り出しを見せております。

今後も、ヒット商品のラインナップ拡充を通じ、新規顧客獲得人数の増加を図ってまいります。

自社広告による獲得の投資効率

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しますが、採算が合わず収益性が低下するため、広告投資効率の指標である1年ROAS（注4）を注視することが必要となります。1年ROASは広告投資とそこから得られると見込んでいる1年間の売上との関係性を示す効率性指標であり、当社が管理・運営する自社広告による獲得全体を算定することで、俯瞰的なモニタリングを行っております。

当第3四半期連結累計期間の自社広告による獲得の1年ROASは下記のとおりであります。



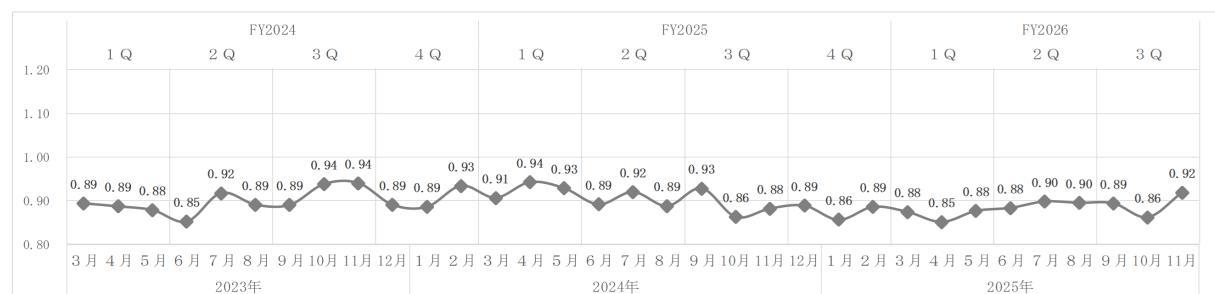
運用型広告の採算性

1年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、広告の採算割れチェック及び機会ロスを行う指標である広告投資バランス（注5）にも注視する必要があります。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（注6）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を下回っており広告投資における機会損失が生じている状態となります。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。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判断であり、多くの場合は1.00を下回って着地します。

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。より正しい実態を示すため、拡大余地があり当社の集客運用スキルが図れる「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。

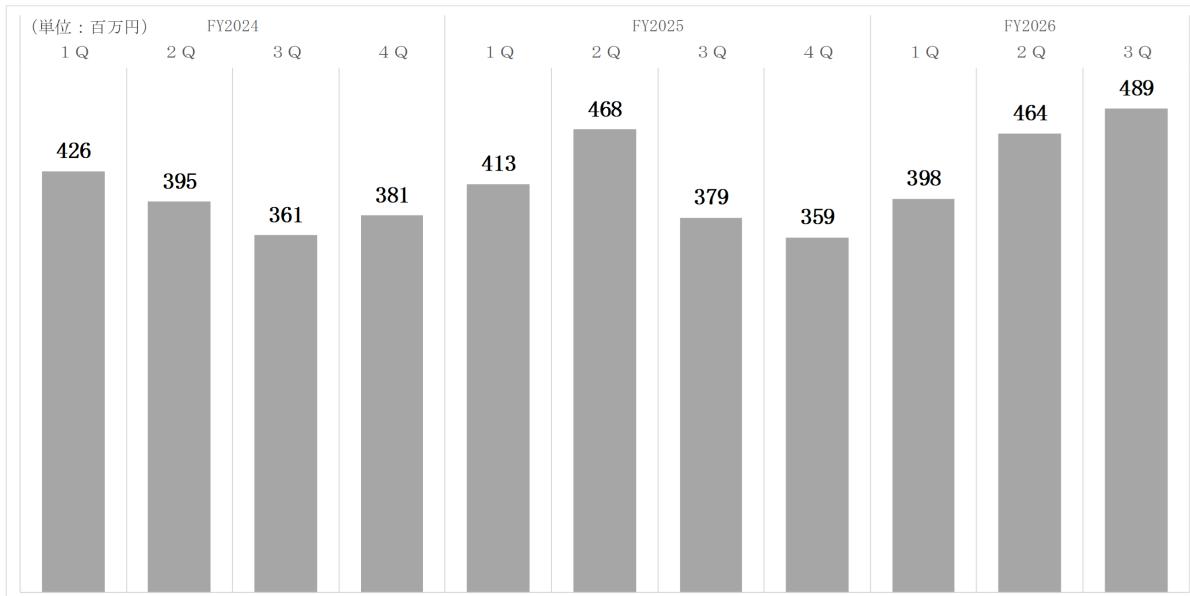
当第3四半期連結累計期間の運用型広告による獲得の広告投資バランスは下記のとおりであります。



当第3四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。今後も、最適な広告投資バランスである1.00を超過しない状態での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3四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。

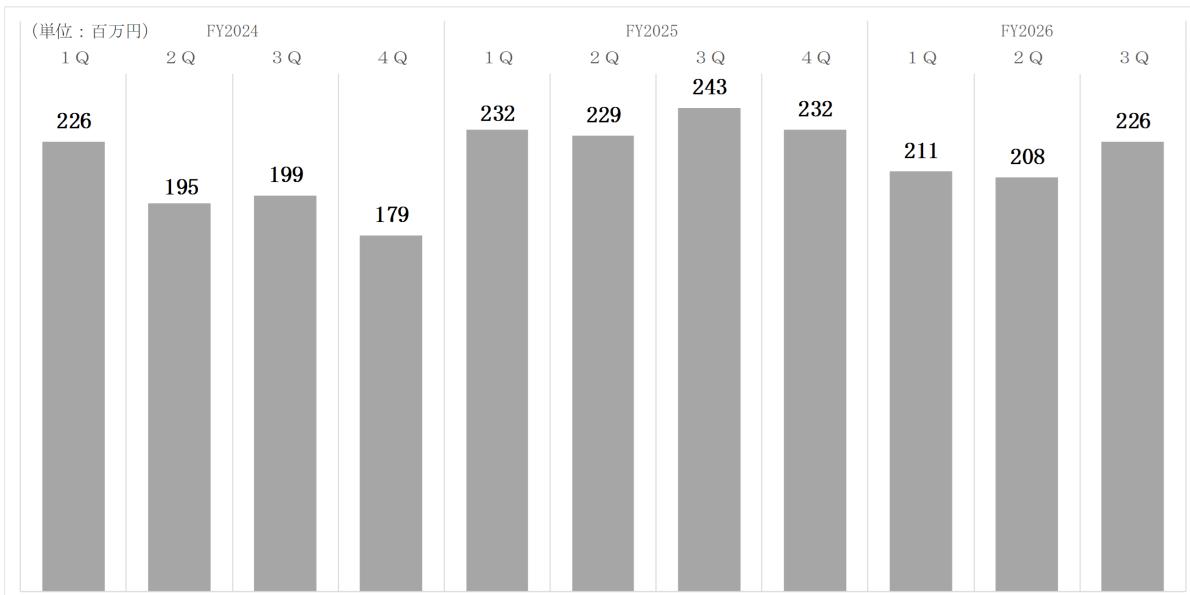


当社では、成長市場であるECモールを積極的に取り込むべく、専任者を複数名配置しECモールの拡大に取り組んでおります。当第3四半期連結累計期間においても、引き続きECモールに特化した商品画像や商品説明ページ等のクリエイティブ改修及び広告最適化に加え、売上に大きな影響をもたらす各ECモールにおけるセールへの参加、セール参加率を向上させる取組等、多岐にわたる施策によって売上拡大に取り組みました。

こうした結果、Amazonでは2025年11月の月商が1億円を突破し過去最高月商を記録、当第3四半期連結会計期間におけるECモール全体の売上高も同じく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3四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のオリジナルヘアケアブランド「SALONMOON」では、機能性に優れたヘアアイロン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3四半期連結累計期間においては、Amazon、楽天市場やQoo10等の主力ECモール拡大のための販促施策を行ったほか、新商品のリリースにも注力いたしました。

各ECモールにおいて、クーポン施策の実施、セールへの参加や検索エンジン最適化のための緻密な広告運用施策を行ったほか、検索ページの占有率を高めるため複数店舗の出店準備や顧客のリアルな声を販促に活かすべくユーザーインタビュー等を実施いたしました。また、商品ラインナップの拡充を図るべく、新商品やシリーズ品の開

発・リリースも精力的に行っております。

なお、速乾性・髪の美しさ・利便性を兼ね備える高機能ドライヤー『ブースターアイオン ドライヤー』が、2025年8月に毎日放送「サタデープラス」で放送された「ひたすら試してランキング（1万円以下ドライヤー）」コーナーにおいて取り上げられたことで、非常に多くの注目を集め放送後に購入が増加いたしました。

また、ブランド認知度の向上や新たな顧客層を取り込むことを目的に、以前より全国家電量販店・大手バラエティショップ・ディスカウントストアでの店舗販売を行っておりましたが、ドライヤーについても一部店頭での販売を開始いたしました。さらに、プロダクトプレイスメント（注7）の活用や「北の快適工房」の顧客への販促キャンペーン等も行っております。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143万台を突破する等、順調に拡大しております。

なお、一部モールにおいて収益性の改善を図るべく広告投資の調整・検証を行いましたが、モール内の広告相場の変動等により販促活動が想定どおりに実施できておりません。これにより、業績が想定を下回っているモールもございますが、引き続き検証を重ねるとともに上記取組によって、業績を拡大してまいります。

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647,057千円（前年同期比8.2%減）となりました。

（注1）初回ROAS

Return On Advertising Spendの略。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で、ここでは「新規獲得による売上高」と販売促進費等のうち「新規獲得費」を用いて算定。100万円を新規獲得に使用し、50万円の売上が発生した場合のROASは0.50（50.0%）。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。

（注2）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3）頬のたるみを引き上げ、リフトアップ

バッヂの物理的效果。

（注4）1年ROAS

広告出稿に対して1年間でどれだけの売上を見込んでいるかの予測として使用。100万円を広告出稿に使用し、150万円の売上を見込んでいる場合の1年ROASは1.50。

（注5）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6）上限CP0

新規顧客獲得1人当たりに要する広告宣伝費の金額である「CP0（Cost Per Order）」と、顧客が将来もたらす「LTV」（注8）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人当たりに使用可能な広告宣伝費の上限額。

（注7）プロダクトプレイスメント

映画、ドラマ、YouTube動画、漫画等のコンテンツ内において、役者の小道具や背景として実在する企業名・商品名（商標）を表示させる広告手法の一つ。

（注8）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3四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219,239千円減少し、8,938,474千円となりました。この主な要因は、売掛金及び契約資産が152,559千円増加した一方で、棚卸資産が183,791千円減少したこと等によるものであります。

(負債)

当第3四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222,796千円減少し、1,068,319千円となりました。この主な要因は、未払金が165,658千円増加した一方で、未払法人税等が217,216千円減少したこと等によるものであります。

(純資産)

当第3四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3,556千円増加し、7,870,155千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が31,220千円、自己株式が41,980千円それぞれ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

2026年2月期の業績予想につきましては、2025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 (2025年2月28日)	当第3四半期連結会計期間 (2025年11月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	5,698,744	5,636,257
売掛金及び契約資産	505,171	657,730
商品及び製品	1,125,305	947,994
仕掛品	—	9,005
原材料及び貯蔵品	362,973	347,487
その他	267,972	228,078
貸倒引当金	△5	△6
流動資産合計	7,960,161	7,826,548
固定資産		
有形固定資産	271,769	246,136
無形固定資産		
のれん	82,420	32,968
その他	93,082	84,011
無形固定資産合計	175,503	116,979
投資その他の資産	750,279	748,809
固定資産合計	1,197,553	1,111,926
資産合計	9,157,714	8,938,474
負債の部		
流動負債		
買掛金	182,318	228,172
未払金	460,111	625,769
未払法人税等	233,550	16,334
株主優待引当金	92,558	4,261
その他	266,169	136,837
流動負債合計	1,234,707	1,011,375
固定負債		
資産除去債務	56,407	56,943
固定負債合計	56,407	56,943
負債合計	1,291,115	1,068,319
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	261,196	253,992
利益剰余金	7,704,912	7,673,692
自己株式	△373,502	△331,521
株主資本合計	7,866,599	7,870,155
非支配株主持分	—	—
純資産合計	7,866,599	7,870,155
負債純資産合計	9,157,714	8,938,474

(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)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2025年3月1日 至 2025年11月30日)
売上高	9,235,872	8,014,302
売上原価	2,188,109	1,873,122
売上総利益	7,047,763	6,141,180
販売費及び一般管理費	5,574,419	5,383,205
営業利益	1,473,343	757,974
営業外収益		
受取利息	418	3,778
為替差益	—	992
受取弁済金	3,489	4,043
サンプル売却収入	2,090	525
印税収入	11,088	4,870
固定資産受贈益	5,400	1,100
その他	667	3,616
営業外収益合計	23,154	18,926
営業外費用		
支払利息	362	—
為替差損	197	—
その他	77	204
営業外費用合計	637	204
経常利益	1,495,860	776,696
特別損失		
固定資産売却損	231	899
固定資産除却損	1,728	263
関係会社株式売却損	6,407	—
特別損失合計	8,368	1,162
税金等調整前四半期純利益	1,487,491	775,534
法人税等	475,246	253,669
四半期純利益	1,012,245	521,864
非支配株主に帰属する四半期純利益	2,394	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,009,851	521,864

(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)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2025年3月1日 至 2025年11月30日)
四半期純利益	1,012,245	521,864
四半期包括利益	1,012,245	521,864
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	1,009,851	521,864
非支配株主に係る四半期包括利益	2,394	—

(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、法人税等に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3四半期連結累計期間（自 2024年3月1日 至 2024年11月30日）

当社グループは、ヘルス＆ビューティーケア関連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。

II 当第3四半期連結累計期間（自 2025年3月1日 至 2025年11月30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3四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3四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3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2025年3月1日 至 2025年11月30日)
減価償却費	86,737千円	39,725千円
のれんの償却額	49,452	49,452

(重要な後発事象の注記)

(取得による企業結合)

当社は、2025年11月17日開催の取締役会において、リバースチェーンコンサルティング株式会社の株式を取得し、子会社化することについて決議いたしました。また、2025年11月21日付で株式譲渡契約を締結し、2025年12月1日付で株式の取得が完了しております。なお、同社は2025年12月1日付で商号を株式会社カラコンダイレクトへ変更しております。

1. 企業結合の概要

(1) 被取得企業の名称及びその事業の内容

被取得企業の名称	リバースチェーンコンサルティング株式会社
事業の内容	医療機器の販売等に関する業務ほか

(2) 企業結合を行った理由

当社は、参入障壁が低いことで多くの事業者が進出しているECモール領域のなかでも、高い成長ポテンシャルを有する企業を重点的なM&A対象として積極的に検討しております。リバースチェーンコンサルティング株式会社は、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。これに対し、当社が有するECモールに特化した販促活動やクリエイティブの制作及び広告最適化等が、同社の収益力及び競争力の一層の強化に資すると判断し、株式取得を実施いたしました。

(3) 企業結合日

2025年12月1日

(4) 企業結合の法的形式

現金を対価とする株式取得

(5) 結合後企業の名称

株式会社カラコンダイレクト

(6) 取得した議決権比率

100%

(7) 取得企業を決定するに至った主な根拠

当社が現金を対価として当該株式を取得したことによります。

2. 被取得企業の取得原価及び対価の種類ごとの内訳

取得の対価	現金	300,000千円
取得原価		300,000

3. 主要な取得関連費用の内容及び金額

アドバイザリー費用等	25,000千円
------------	----------

4. 企業結合日に受け入れた資産及び引き受けた負債の額並びにその主な内訳

現時点では確定しておりません。

5. 発生したのれんの金額、発生原因、償却方法及び償却期間

現時点では確定しておりません。

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1月14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 加賀 聰
業務執行社員

指定社員 公認会計士 島貫 幸治
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2025年3月1日から2026年2月28日までの連結会計年度の第3四半期連結会計期間（2025年9月1日から2025年11月30日まで）及び第3四半期連結累計期間（2025年3月1日から2025年11月30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、職業的懷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。
- ・ 繼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。