



2025年2月期 決算短信〔日本基準〕（連結）

2025年4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) 常務取締役管理部長 (氏名) 飯盛 真希 TEL 050-2018-6578 (直通)
兼人事総務部長
定時株主総会開催予定日 2025年5月22日 配当支払開始予定日 2025年5月23日
有価証券報告書提出予定日 2025年5月26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. 2025年2月期の連結業績（2024年3月1日～2025年2月28日）

（1）連結経営成績

（％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	
	百万円	％	百万円	％	百万円	％	百万円	％
2025年2月期	11,826	△19.4	1,675	15.6	1,704	15.1	1,205	21.2
2024年2月期	14,665	49.2	1,449	184.1	1,480	173.6	994	189.4

（注）包括利益 2025年2月期 1,208百万円（21.5％） 2024年2月期 994百万円（189.4％）

	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	％	％	％
2025年2月期	8.66	—	16.2	19.1	14.2
2024年2月期	7.15	—	15.1	18.0	9.9

（参考）持分法投資損益 2025年2月期 一百万円 2024年2月期 一百万円

（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
2025年2月期	9,157	7,866	85.9	56.50
2024年2月期	8,649	6,996	80.9	50.29

（参考）自己資本 2025年2月期 7,866百万円 2024年2月期 6,996百万円

（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
2025年2月期	1,814	△530	△366	5,698
2024年2月期	453	△277	△223	4,783

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	百万円	％	％
2024年2月期	—	0.90	—	1.30	2.20	306	30.8	4.6
2025年2月期	—	1.30	—	2.20	3.50	487	40.4	6.6
2026年2月期 （予想）	—	—	—	—	—		—	

（注）2026年2月期の配当予想につきましては、中間配当及び期末配当をそれぞれ実施させていただく予定です。しかしながら、2026年2月期を初年度とする中期経営計画並びに当該計画を踏まえた株主還元方針（以下、「中計等」）を策定中であることから、現時点ではその具体的な金額を未定とさせていただきます。2025年7月末頃までに、中計等と併せて公表する予定です。

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、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）	5,129	△20.9	535	△40.6	542	△40.3	373	△38.7	2.68
通期	10,289	△13.0	897	△46.4	911	△46.5	622	△48.4	4.46

- ※ 注記事項
- （1）期中における連結範囲の重要な変更：有
新規 一社 （社名）一、除外 1社 （社名）株式会社FM NORTH WAVE
- （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）	2025年2月期：141,072,000株 2024年2月期：141,072,000株
② 期末自己株式数	2025年2月期：1,832,233株 2024年2月期：1,941,848株
③ 期中平均株式数	2025年2月期：139,219,554株 2024年2月期：139,106,015株

(参考) 個別業績の概要

1. 2025年2月期の個別業績(2024年3月1日～2025年2月28日)

(1) 個別経営成績

(%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	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年2月期	10,687	△20.1	1,594	14.1	1,634	13.9	1,151	14.5
2024年2月期	13,369	53.2	1,397	168.3	1,435	146.7	1,005	151.8

	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
	円 銭	円 銭
2025年2月期	8.27	—
2024年2月期	7.23	—

(2) 個別財政状態

	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
2025年2月期	9,193	7,961	86.6	57.18
2024年2月期	8,479	7,145	84.3	51.36

(参考) 自己資本 2025年2月期 7,961百万円 2024年2月期 7,145百万円

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、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)	4,646	△20.2	494	△43.9	524	△40.4	372	△39.3	2.67
通期	9,275	△13.2	802	△49.7	862	△47.2	612	△46.8	4.40

※ 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、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(4) 今後の見通し」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、2025年4月17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。

○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	10
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	10
(4) 今後の見通し	10
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	11
3. 連結財務諸表及び主な注記	12
(1) 連結貸借対照表	12
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	14
連結損益計算書	14
連結包括利益計算書	15
(3) 連結株主資本等変動計算書	16
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	17
(5) 連結財務諸表に関する注記事項	18
(継続企業の前提に関する注記)	18
(セグメント情報)	18
(1株当たり情報)	18
(重要な後発事象)	18

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当連結会計年度における我が国経済は、雇用・所得環境が改善するなか、政府による各種政策の効果もあり緩やかな回復基調で推移しております。一方で、不安定な世界情勢の長期化や物価上昇等により、景気の先行きは依然として不透明な状況が続いております。

当社グループの主要市場であるEC市場におきましては、2024年9月25日に経済産業省が公表した「令和5年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」によれば、2023年の日本国内における物販系分野のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は14.6兆円（前年比4.8%増）まで拡大し、引き続き大きな成長を示しております。

このような経済状況のもと、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」を主要な事業として展開しております。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及び組織力強化を通じた新規顧客獲得人数の増加を図りました。さらに、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、各種ECモールでの販促施策、新商品や新たな美容家電ジャンルであるドライヤーのリリース等を通じ業績拡大に取り組んでおります。

以上の結果、当連結会計年度の業績は、売上高11,826,401千円（前年同期比19.4%減）、営業利益1,675,335千円（同15.6%増）、経常利益1,704,469千円（同15.1%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,205,882千円（同21.2%増）となりました。

セグメント別、ブランド別の売上高は下記のとおりであります。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。なお、当社グループは、2024年7月31日付でセグメント「その他事業」を展開しておりました連結子会社である株式会社FM NORTH WAVEの全株式を譲渡したことに伴い、同社を連結の範囲から除外しております。そのため、「その他事業」の業績は、当該連結除外日までの連結の範囲に含めております。

(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	第4四半期	合計
ヘルス&ビューティーケア 関連事業	北の快適工房	2,873,108	2,851,261	2,467,347	2,325,843	10,517,559
	SALONMOON	232,435	229,011	243,055	232,117	936,621
	その他ブランド	49,038	45,364	42,906	32,568	169,877
その他事業	—	115,179	87,163	—	—	202,342
売上高		3,269,762	3,212,800	2,753,309	2,590,528	11,826,401

なお、当事業年度におけるブランド「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ては、売上高10,687,437千円（前年同期比20.1%減）、営業利益1,594,157千円（同14.1%増）、経常利益1,634,249千円（同13.9%増）、当期純利益1,151,435千円（同14.5%増）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、当事業年度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ただける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、2021年10月に立ち上げたニコチン・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を取り扱う『SPADE』が同ブランドを牽引しております。『SPADE』はインターネット上でのみ販売しており、同じく定期購入型のビジネスモデルであります。

業績予想との比較

当事業年度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。

なお、当社は、2024年10月15日に、主に販売ページの疲弊（見飽きられる現象）により新規獲得が想定を下回ったこと及びこれによる定期売上等の積み上げも想定を下回っていた業績動向を踏まえ、2024年4月12日に公表いたしました2025年2月期通期業績予想を修正いたしました。従いまして、下記の当事業年度における業績予想は、修正後の数値であります。

(千円)

	業績予想	実績	増減額
売上高	10,411,746	10,687,437	+275,690
売上総利益	8,322,419	8,454,379	+131,959
販売促進費等	3,639,079	3,819,890	+180,811
販売利益	4,683,340	4,634,488	△48,851
営業利益	1,613,512	1,594,157	△19,354

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、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（当社の場合、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。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。

当事業年度においては、売上高は10,687,437千円（業績予想比2.6%増）、販売利益は4,634,488千円（同1.0%減）となりました。いずれもほぼ業績予想通りに着地しているものの、「北の快適工房」及び「その他ブランド」における状況が異なりますので、下記のとおりブランド別に分解したうえ、説明を行います。

(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	10,244,382	10,517,559	+273,176	167,363	169,877	+2,514
売上総利益	8,206,593	8,392,775	+186,181	115,826	61,604	△54,221
販売促進費等	3,559,840	3,731,065	+171,225	79,239	88,824	+9,585
販売利益	4,646,753	4,661,709	+14,956	36,586	△27,220	△63,807

「北の快適工房」における業績予想と実績の差異要因

当事業年度より、「北の快適工房」における業績の表示区分を変更しております。同形式にて区分した前事業年度における「北の快適工房」の業績及び変更内容の詳細は、P. 9の（ご参考）をご覧ください。

当事業年度における「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	10,244,382	10,517,559	+273,176	+2.7%
①新規獲得				
売上高	1,450,378	1,510,860	+60,481	+4.2%
売上総利益	1,116,689	1,131,051	+14,362	+1.3%
販売促進費等	2,755,294	2,911,494	+156,200	+5.7%
販売利益	△1,638,604	△1,780,442	△141,838	△8.7%
初回ROAS（注1）	57.8%	55.8%	—	—
②定期及びその他				
売上高	7,184,321	7,385,403	+201,081	+2.8%
売上総利益	5,725,870	5,868,773	+142,903	+2.5%
販売促進費等	325,950	354,892	+28,941	+8.9%
販売利益	5,399,919	5,513,881	+113,961	+2.1%
③ECモール				
売上高	1,609,682	1,621,296	+11,613	+0.7%
売上総利益	1,364,034	1,392,949	+28,915	+2.1%
販売促進費等	478,595	464,678	△13,916	△2.9%
販売利益	885,438	928,271	+42,832	+4.8%
販売利益	4,646,753	4,661,709	+14,956	+0.3%

「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」、既存のお客様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。

このうち、「新規獲得」においては、当事業年度の後半にかけ新規顧客の獲得が回復傾向にあることで、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。初回ROASが想定を下回っているものの上限CPO（注2）の範囲内であり、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結果となります。

その他の項目における業績予想と実績との差異で特筆すべき事項はございません。

以上、「北の快適工房」における売上高は10,517,559千円となり、業績予想を273,176千円上回りました。また、販売利益は4,661,709千円となり、業績予想を14,956千円上回りました。

「その他ブランド」における業績予想と実績の差異要因

当事業年度において、主力ブランドの『SPADE』では、各広告媒体で新規顧客の獲得を図りつつ、オファー変更によるLTV（注3）向上施策、さらには既存の定期顧客へアウトバウンドによるアップセル施策を展開した結果、『SPADE』をはじめとする「その他ブランド」の売上高は169,877千円となり、業績予想を2,514千円上回りました。

しかしながら、『SPADE』につきましては、電子タバコである商品の特性上、多くの広告メディアが広告出稿を規制しており、出稿可能な広告メディアが限られている（注4）ことから、新規顧客の安定的かつ継続的な獲得は今後も困難であると見込まれます。また、既成概念にとらわれず外部の知見を取り込むことを目的に「北の快適工房」とは異なる独自の事業管理を採用した結果、LTVが想定よりも低く推移しております。

こうした状況を踏まえ、限られた経営リソースを最適に配分する観点から、『SPADE』における新規顧客の獲得や各種施策を終了することといたしました。なお、既存の定期顧客の方への定期便のお届けは継続いたします。

これにより、商品在庫数が過剰になると見込まれることから、当事業年度において棚卸資産評価損を計上したことが主因となり、「その他ブランド」の販売利益は△27,220千円となり、業績予想を63,807千円下回りました。

なお、『SPADE』をはじめとする「その他ブランド」が業績に占める割合は僅少であるため、本件が今後の業績に与える影響は軽微であります。

以上、「北の快適工房」においては売上高が業績予想を273,176千円上回り、「その他ブランド」においては2,514千円上回ったことで、個別業績における売上高は業績予想10,411,746千円に対し実績は10,687,437千円（業

績予想比2.6%増）とほぼ予想通りに着地いたしました。

また、「北の快適工房」における販売利益が業績予想を14,956千円上回り、「その他ブランド」では63,807千円下回ったことで、個別業績における販売利益は業績予想4,683,340千円に対し、実績は4,634,488千円（同1.0%減）とこちらもほぼ予想通りに着地いたしました。

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以下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

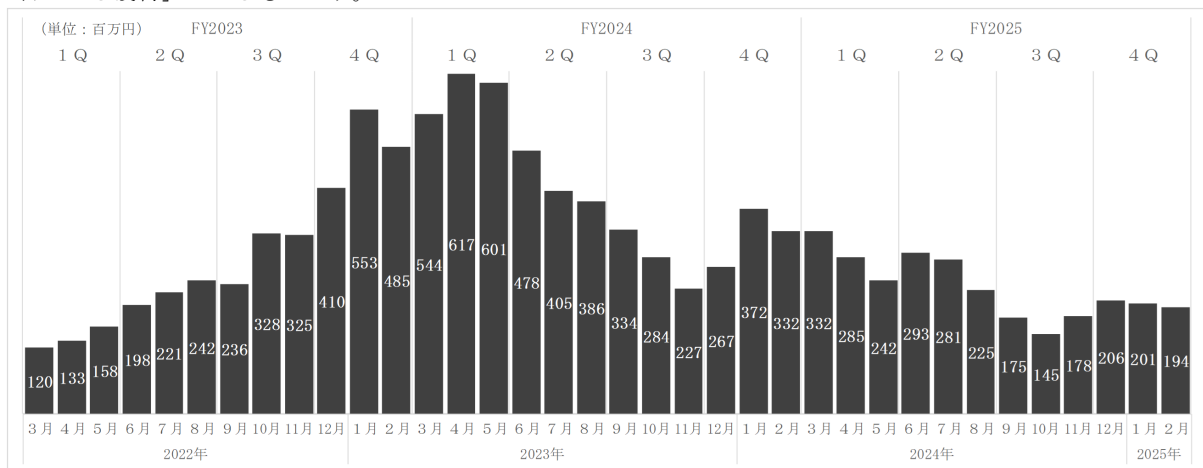
「北の快適工房」における主な獲得チャネルは、当社が独自に運営するECサイト経由の「自社サイト等（注5）」とAmazonや楽天市場等の「ECモール」となります。当連結会計年度における売上高のうち、約85%が自社サイト等によるものです。自社サイト等は、先行する広告投資により、初回収支はマイナスになりますが、継続的に購入されることで収支がプラスになる定期購入型のビジネスモデルであり、将来の定期売上源泉となる「新規顧客獲得人数」が重要な指標となります。一方、ECモールは、一度の購入で収支をプラスとする単品買い切り型のビジネスモデルであり、同指標の重要性は高くありませんので、別掲のうえ記載しております。

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」から構成されますが、当社における投資効率を正確に計るため、広告投資効率指標においては自社広告による獲得のみの数値を記載しております。



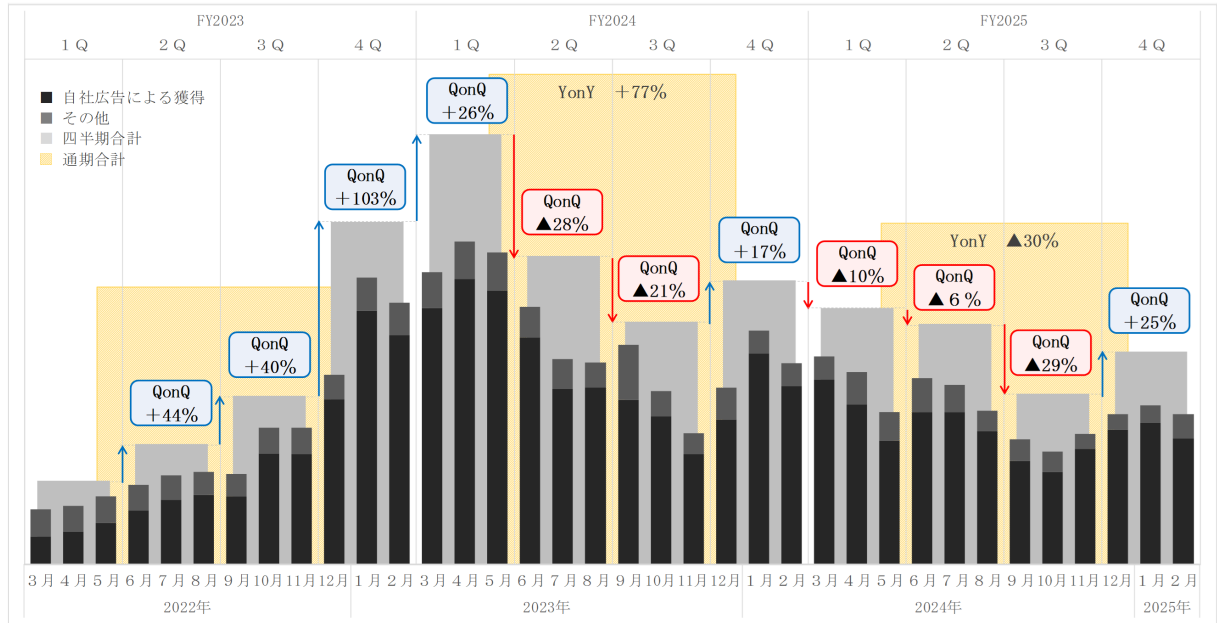
「北の快適工房」の広告宣伝費の推移

当連結会計年度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

当連結会計年度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。



当連結会計年度における自社サイト等の新規顧客獲得人数は、主に販売ページの疲弊（見飽きられる）現象により前年同期比30%減と縮小しております。

従来の当社は、クリック率の高い広告や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こと」、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現象が生じユーザーの反応が悪化していくため「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すること」を課題として抱えておりました。

そのため、教育専門チームの設置、高度なスキルと豊富な経験を有する経験者の採用、PDCAを最速で回すための最適な体制構築、評価制度の設計等、長期にわたりクリエイティブ部門の整備と教育に優先的かつ継続的に取り組んだ結果、広告の作成スキルに関しては一定レベルの水準にまで引き上がっていると認識しております。

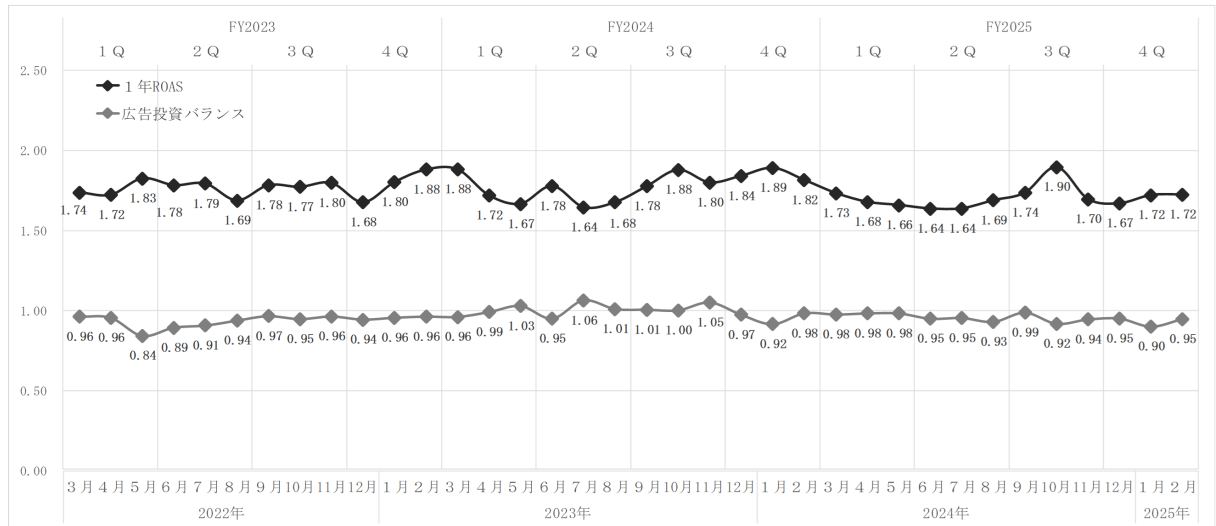
その一方で、現在は販売ページ作成に関する課題を残しております。販売ページは広告と比べて新規作成の難易度が高くかつ多様なスキルが必要となり、さらには作成や検証作業に多くのリソースを必要とします。また、販売ページの疲弊速度は、広告と比較すると緩やかであるため、販売ページよりも広告に関する課題解消に優先的に取り組みました。その結果、クリック率の高い広告を継続的に作成する体制は整いましたが、そうした広告が次々と配信されることでクリック先である販売ページの疲弊が顕著であり、当連結会計年度における新規顧客獲得人数は縮小いたしました。

なお、当連結会計年度の後半にかけ、一部の商品において改善の兆しが見られ当該商品の新規顧客獲得人数は回復傾向にあります。取組自体は前進しているものの、これを継続的にかつ複数商品で生み出す必要がありますので、今後も優先的に注力し、新規顧客獲得人数の安定的な拡大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6）を注視することが必要となります。一方で、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、広告の機会ロス及び採算割れチェックを行う指標である広告投資バランス（注7）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、逆に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です。

当連結会計年度における自社広告による獲得の投資効率は下記のとおりであります。

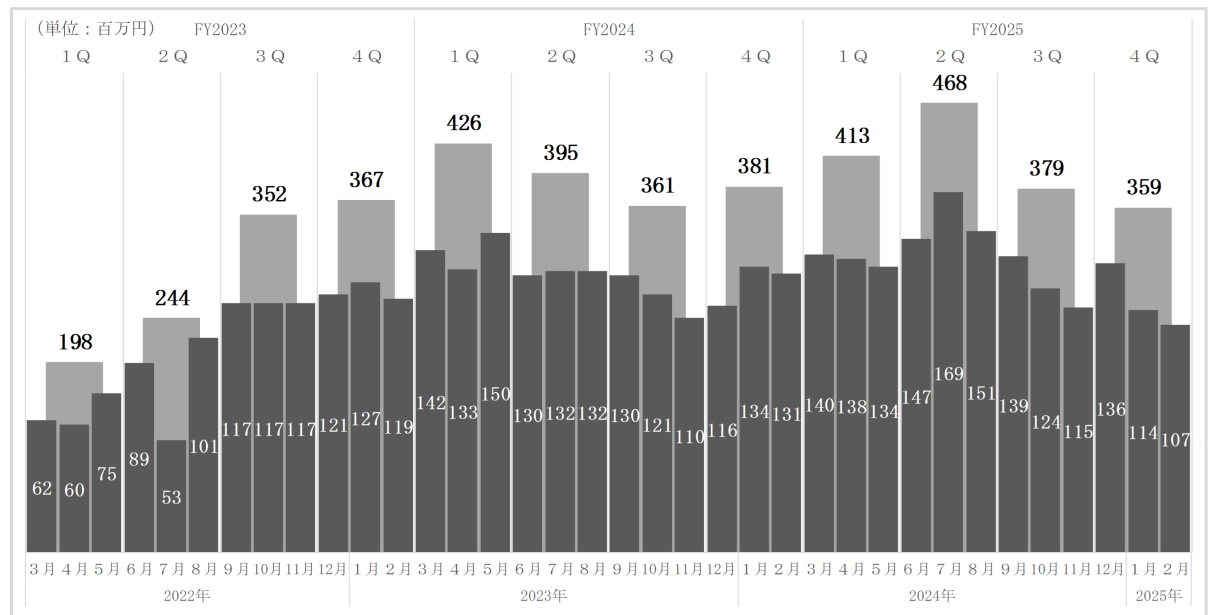


当連結会計年度においては、最適値である広告投資バランス1.00を超過することなく推移しているものの、全体的な趨勢といたしましては新規顧客獲得人数が減少しております。なお、当連結会計年度においては、広告投資バランスが1.00を大きく下回る月もございましたが、施策が減少したこと等による一時的な減少であります。

今後は、最適な広告投資バランスである1.00を維持したまま新規顧客獲得人数の拡大を行ってまいります。

ECモールの売上高推移

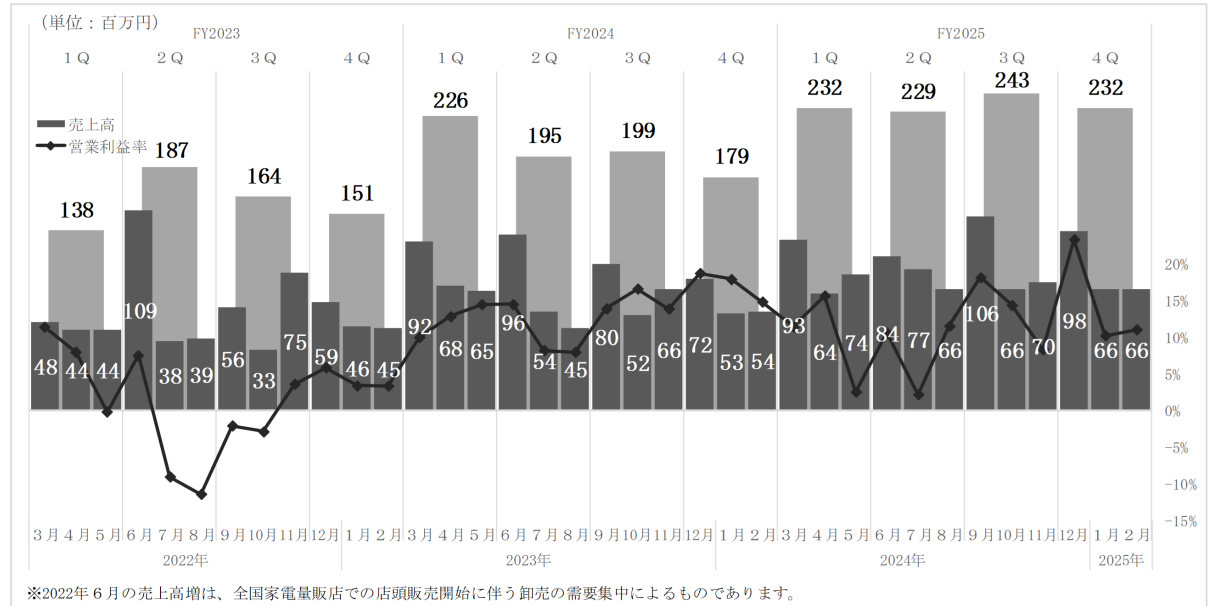
当連結会計年度におけるECモールの売上高推移は、下記のとおりであります。



当社は、成長市場であるECモール商圈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。当連結会計年度においても、引き続き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、メルマガの配信、各ECモールにおけるセールへの参加等による売上拡大に取り組んだほか、配送方法の見直しによるコスト削減等にも努めております。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)

当連結会計年度における「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。

当連結会計年度においては、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、特性やユーザー層を改めて分析のうえ最適なクリエイティブをECモールごとに作成いたしました。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。

さらに、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、全国家電量販店や大手パラエティショップ、さらにはディスカウントストアでの店舗販売を行っているほか、プロダクトプレイズメントの活用や「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」ヘアアイロンシリーズの累計出荷台数は123万台を突破する等、順調に拡大しております。

また、2024年12月20日より、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『ブースターイオンドライヤー』を発売いたしました。これまでの主力商材であるヘアアイロンに加え、新たな美容家電ジャンルであるドライヤーの発売により、さらなる業績拡大に取り組んでまいります。

以上の結果、当連結会計年度における「SALONMOON」の売上高は936,621千円（前年同期比16.8%増）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) 上限CP0

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「CP0（Cost Per Order）」と、顧客が将来もたらす「LTV」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3) 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。

(注4) 広告メディアによる電子タバコの広告出稿規制

『SPADE』が取り扱う電子タバコは、所謂紙巻きタバコや加熱式タバコとは異なりニコチン・タールが含まれず副流煙も発生させない。しかしながら、電子タバコを入り口として本物のタバコを吸い始めるゲートウェイ効果や未成年者への悪影響の懸念等により、多くの広告メディアが広告出稿を規制しており、出稿可能な広告メディアが限定されている。

(注5) 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6) 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7) 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。

(ご参考) 2024年2月期における「北の快適工房」の業績

2024年2月期においては、一部の調整項目を「定期及びその他」から一括で控除しておりましたが、より詳細な経営成績の説明を行うため、当事業年度より同調整を「新規獲得」「定期及びその他」の発生要因ごとに分解のうえ、それぞれの区分から控除しております。

同形式にて区分した2024年2月期における「北の快適工房」の業績は、下記のとおりであります。

(千円)

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	合計
売上高	3,558,780	3,431,152	3,041,472	2,988,184	13,019,590
①発送遅延分の計上					
売上高	188,084	—	—	—	188,084
売上総利益	144,386	—	—	—	144,386
販売促進費等	18,386	—	—	—	18,386
販売利益	125,999	—	—	—	125,999
②新規獲得					
売上高	857,387	602,302	470,936	549,660	2,480,287
売上総利益	602,529	421,732	310,087	389,216	1,723,566
販売促進費等	1,808,328	1,303,498	868,133	1,000,404	4,980,365
販売利益	△1,205,798	△881,766	△558,046	△611,187	△3,256,798
初回ROAS	49.6%	48.6%	57.6%	58.7%	52.6%
③定期及びその他					
売上高	2,087,251	2,433,440	2,208,762	2,056,655	8,786,110
売上総利益	1,628,762	1,887,219	1,742,920	1,609,672	6,868,574
販売促進費等	97,329	129,587	115,682	113,547	456,147
販売利益	1,531,432	1,757,631	1,627,237	1,496,125	6,412,426
④ECモール					
売上高	426,057	395,408	361,773	381,867	1,565,107
売上総利益	356,292	334,660	301,532	320,568	1,313,053
販売促進費等	108,007	98,423	103,179	114,403	424,013
販売利益	248,284	236,237	198,352	206,165	889,039
販売利益	699,918	1,112,102	1,267,543	1,091,102	4,170,667

（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合計は、前連結会計年度末と比較して508,259千円増加し、9,157,714千円となりました。この主な要因は、現金及び預金が915,690千円、差入保証金が280,147千円増加した一方で、売掛金及び契約資産（前連結会計年度においては受取手形、売掛金及び契約資産）が284,573千円、棚卸資産が324,520千円減少したこと等によるものであります。

（負債）

当連結会計年度末における負債合計は、前連結会計年度末と比較して361,598千円減少し、1,291,115千円となりました。この主な要因は、未払金が232,939千円、未払法人税等が246,556千円減少したこと等によるものであります。

（純資産）

当連結会計年度末における純資産合計は、前連結会計年度末と比較して869,858千円増加し、7,866,599千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が843,969千円増加したこと等によるものであります。利益剰余金の増加額の内訳は、親会社株主に帰属する当期純利益による増加が1,205,882千円、剰余金の配当による減少が361,913千円となっております。

（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、前連結会計年度末に比べ915,690千円増加し、5,698,744千円となりました。

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主な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）

営業活動の結果増加した資金は、1,814,051千円（前連結会計年度は453,692千円の増加）となりました。この主な要因は、税金等調整前当期純利益1,695,774千円、売上債権の減少額221,412千円、棚卸資産の減少額323,634千円が生じた一方で、法人税等の支払額725,342千円が生じたこと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）

投資活動の結果減少した資金は、530,931千円（前連結会計年度は277,774千円の減少）となりました。この主な要因は、有形固定資産の取得による支出161,216千円、差入保証金の差入による支出400,000千円が生じたこと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）

財務活動の結果減少した資金は、366,965千円（前連結会計年度は223,533千円の減少）となりました。この主な要因は、配当金の支払額361,046千円が生じたこと等によるものであります。

（4）今後の見通し

当社グループ（当社及び当社の関係会社）は、2026年2月期において、ヘルス&ビューティーケア関連事業にて商品ラインナップの拡充を加速させ、中長期的に安定的な成長を実現するための礎を築いてまいります。

なかでも、主力ブランドである「北の快適工房」では、化粧品や健康食品等のお客様の具体的なニーズに応えるオリジナル商品を取り扱っておりますが、発売から10年程度経過する商品であってもなお、2025年2月期における商品別新規顧客獲得人数の上位を複数商品が占める等、ヒット商品を短命ではなくロングセラーとして定着させるスキルを有しております。

加えて、ここ数年間において、専門チームを立ち上げ複数のテスト商品の開発・販売を行い、一定の条件を満たした商品のみ正式販売いたしました。この運用に基づいて正式販売した商品が着実に成長を遂げております。これにより、「発売後にヒットするための数値的条件」が明確になりつつあります。

こうした状況を踏まえ、商品ラインナップの拡充を通じロングセラー商品を数多く生み出すことで新規顧客獲得人数の最大化を図るべきとの判断のもと、2025年2月期中より発足した社長をトップとする商品企画マーケティングチームによる商品企画を今後もさらに加速させてまいります。2026年2月期には3つの新商品を見込んでおり、さらには2027年2月期以降も新商品発売数を段階的に拡大させ、将来的には年間10商品程度の発売が可能となる体制構築を目指してまいります。

ただし、当社の業績予想は現在の新規獲得状況が続く前提で作成することを基本方針としているため、2026年2月期の業績予想には新商品による影響を織り込んでおりません。

以上により、2026年2月期の個別業績予想につきましては、売上高9,275,320千円（前年同期比13.2%減）、営業利益802,563千円（同49.7%減）、経常利益862,571千円（同47.2%減）、当期純利益612,659千円（同46.8%減）を見込んでおります。

次に、オリジナルヘアケアブランド「SALONMOON」では、主力商材であるヘアアイロンのラインナップ増加や仕様変更によるグレードアップに注力してまいります。また、取扱い店舗数の拡大や引き続き各種ECモールでの販促施策を通じ、業績拡大に取り組んでまいります。

以上により、2026年2月期における連結業績予想につきましては、売上高10,289,006千円（前年同期比13.0%減）、営業利益897,339千円（同46.4%減）、経常利益911,831千円（同46.5%減）、親会社株主に帰属する当期純利益622,078千円（同48.4%減）を見込んでおります。

なお、2026年2月期の業績予想及び今後の戦略の詳細につきましては、本日公表の「2025年2月期決算補足説明資料」をご覧ください。

また、2026年2月期の配当予想につきましては、中間配当及び期末配当をそれぞれ実施させていただく予定です。しかしながら、上述の商品ラインナップの拡充等による影響を織り込んだ2026年2月期を初年度とする中期経営計画並びに当該計画を踏まえた株主還元方針（以下、「中計等」）を策定中であることから、現時点ではその具体的な金額を未定とさせていただきます。2025年7月末頃までに、中計等と併せて公表する予定です。

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、国内の同業他社との比較可能性を確保するため、会計基準につきましては日本基準を適用しております。

なお、将来の国際会計基準（IFRS）の適用につきましては、国内外の諸情勢を考慮の上、適切に対応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)

	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当連結会計年度 (2025年2月28日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	4,783,053	5,698,744
受取手形、売掛金及び契約資産	789,744	—
売掛金及び契約資産	—	505,171
商品及び製品	1,658,074	1,125,305
仕掛品	4,389	—
原材料及び貯蔵品	150,335	362,973
その他	323,723	267,972
貸倒引当金	△12	△5
流動資産合計	7,709,308	7,960,161
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	500,185	221,037
減価償却累計額	△406,938	△27,502
建物及び構築物（純額）	93,247	193,535
機械装置及び運搬具	211,037	—
減価償却累計額	△149,250	—
機械装置及び運搬具（純額）	61,787	—
リース資産	90,372	—
減価償却累計額	△90,372	—
リース資産（純額）	0	—
その他	133,723	152,141
減価償却累計額	△72,293	△73,906
その他（純額）	61,429	78,234
有形固定資産合計	216,464	271,769
無形固定資産		
のれん	148,357	82,420
その他	109,504	93,082
無形固定資産合計	257,861	175,503
投資その他の資産		
差入保証金	365,822	645,970
繰延税金資産	84,333	93,964
その他	23,598	18,279
貸倒引当金	△7,934	△7,934
投資その他の資産合計	465,819	750,279
固定資産合計	940,146	1,197,553
資産合計	8,649,454	9,157,714

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当連結会計年度 (2025年2月28日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	66,540	182,318
未払金	693,050	460,111
リース債務	14,071	—
未払法人税等	480,107	233,550
株主優待引当金	72,125	92,558
その他	190,102	266,169
流動負債合計	1,515,998	1,234,707
固定負債		
リース債務	8,455	—
繰延税金負債	0	—
役員退職慰労引当金	4,922	—
退職給付に係る負債	16,192	—
資産除去債務	86,765	56,407
その他	20,378	—
固定負債合計	136,714	56,407
負債合計	1,652,713	1,291,115
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	263,154	261,196
利益剰余金	6,860,943	7,704,912
自己株式	△401,349	△373,502
株主資本合計	6,996,741	7,866,599
非支配株主持分	—	—
純資産合計	6,996,741	7,866,599
負債純資産合計	8,649,454	9,157,714

(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)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
売上高	14,665,867	11,826,401
売上原価	3,833,609	2,859,901
売上総利益	10,832,257	8,966,500
販売費及び一般管理費	9,383,111	7,291,164
営業利益	1,449,145	1,675,335
営業外収益		
受取利息	126	2,406
為替差益	1,132	—
受取弁済金	6,626	5,175
サンプル売却収入	1,156	2,239
印税収入	14,603	13,145
固定資産受贈益	4,800	5,400
その他	4,212	2,590
営業外収益合計	32,658	30,957
営業外費用		
支払利息	1,284	362
為替差損	—	1,201
その他	44	259
営業外費用合計	1,328	1,824
経常利益	1,480,475	1,704,469
特別利益		
資産除去債務戻入益	18,891	—
特別利益合計	18,891	—
特別損失		
固定資産売却損	651	231
固定資産除却損	0	2,054
関係会社株式売却損	—	6,407
特別損失合計	651	8,694
税金等調整前当期純利益	1,498,715	1,695,774
法人税、住民税及び事業税	542,187	497,129
法人税等調整額	△38,131	△9,630
法人税等合計	504,055	487,498
当期純利益	994,660	1,208,276
非支配株主に帰属する当期純利益	—	2,394
親会社株主に帰属する当期純利益	994,660	1,205,882

(連結包括利益計算書)

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
当期純利益	994,660	1,208,276
包括利益	994,660	1,208,276
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	994,660	1,205,882
非支配株主に係る包括利益	—	2,394

(3) 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

(単位: 千円)

	株主資本					非支配 株主持分	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	273,992	255,901	6,074,934	△417,536	6,187,291	—	6,187,291
当期変動額							
剰余金の配当			△208,651		△208,651		△208,651
親会社株主に帰属する当期純利益			994,660		994,660		994,660
自己株式の取得					—		—
譲渡制限付株式報酬		7,253		16,187	23,441		23,441
株主資本以外の項目の当期変動額 (純額)							—
当期変動額合計	—	7,253	786,008	16,187	809,449	—	809,449
当期末残高	273,992	263,154	6,860,943	△401,349	6,996,741	—	6,996,741

当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

(単位: 千円)

	株主資本					非支配 株主持分	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	273,992	263,154	6,860,943	△401,349	6,996,741	—	6,996,741
当期変動額							
剰余金の配当			△361,913		△361,913		△361,913
親会社株主に帰属する当期純利益			1,205,882		1,205,882		1,205,882
自己株式の取得				△14	△14		△14
譲渡制限付株式報酬		△1,958		27,862	25,903		25,903
株主資本以外の項目の当期変動額 (純額)							—
当期変動額合計	—	△1,958	843,969	27,847	869,858	—	869,858
当期末残高	273,992	261,196	7,704,912	△373,502	7,866,599	—	7,866,599

（4）連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：千円）

	前連結会計年度 （自 2023年3月1日 至 2024年2月29日）	当連結会計年度 （自 2024年3月1日 至 2025年2月28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	1,498,715	1,695,774
減価償却費	72,824	100,877
のれん償却額	65,936	65,936
固定資産除売却損益（△は益）	651	2,286
関係会社株式売却損益（△は益）	—	6,407
貸倒引当金の増減額（△は減少）	6	△7
株主優待引当金の増減額（△は減少）	20,633	20,432
役員退職慰労引当金の増減額（△は減少）	1,210	△1,366
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	1,156	667
為替差損益（△は益）	△2,638	462
受取利息及び受取配当金	△126	△2,406
支払利息	1,284	362
売上債権の増減額（△は増加）	△108,784	221,412
棚卸資産の増減額（△は増加）	△853,947	323,634
仕入債務の増減額（△は減少）	△328,322	115,777
未払金の増減額（△は減少）	△148,702	△172,707
その他	114,693	159,802
小計	334,591	2,537,349
利息及び配当金の受取額	126	2,406
利息の支払額	△1,284	△362
法人税等の支払額又は還付額（△は支払）	120,258	△725,342
営業活動によるキャッシュ・フロー	453,692	1,814,051
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	△80,297	△161,216
無形固定資産の取得による支出	△71,450	△13,623
有形固定資産の除却による支出	—	△588
差入保証金の差入による支出	△129,353	△400,000
差入保証金の回収による収入	5,172	76,702
資産除去債務の履行による支出	△2,048	—
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出	—	△32,713
その他	201	507
投資活動によるキャッシュ・フロー	△277,774	△530,931
財務活動によるキャッシュ・フロー		
リース債務の返済による支出	△15,237	△5,904
配当金の支払額	△208,295	△361,046
自己株式の取得による支出	—	△14
財務活動によるキャッシュ・フロー	△223,533	△366,965
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,628	△462
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△44,987	915,690
現金及び現金同等物の期首残高	4,828,041	4,783,053
現金及び現金同等物の期末残高	4,783,053	5,698,744

(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)

前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29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。

当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28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。

(1株当たり情報)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
1株当たり純資産額	50.29円	56.50円
1株当たり当期純利益	7.15円	8.66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。

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
親会社株主に帰属する当期純利益 (千円)	994,660	1,205,882
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)	994,660	1,205,882
普通株式の期中平均株式数 (株)	139,106,015	139,219,554

(重要な後発事象)

該当事項はありません。