



2025年2月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（連結）

2025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) 常務取締役管理部長 兼 人事総務部長 (氏名) 飯盛 真希 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. 2025年2月期第3四半期の連結業績（2024年3月1日～2024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	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
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
2024年2月期第3四半期	11,299	63.5	1,075	49.7	1,098	48.3	753	55.4

(注) 包括利益 2025年2月期第3四半期 1,012百万円 (34.4%) 2024年2月期第3四半期 753百万円 (55.4%)

	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
	円 銭	円 銭
2025年2月期第3四半期	7.25	—
2024年2月期第3四半期	5.42	—

(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月期第3四半期	8,944	7,667	85.7	55.06
2024年2月期	8,649	6,996	80.9	50.29

(参考) 自己資本 2025年2月期第3四半期 7,667百万円 2024年2月期 6,996百万円

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
2024年2月期	—	0.90	—	1.30	2.20
2025年2月期	—	1.30	—	—	—
2025年2月期(予想)	—	—	—	2.20	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 : 有

3. 2025年2月期の連結業績予想（2024年3月1日～2025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
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	11,555	△21.2	1,672	15.4	1,694	14.5	1,143	15.0	8.22

(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：有

新規 1社 (社名) ー、除外 1社 (社名) 株式会社FM NORTH WAVE

(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)	2025年2月期3Q	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3Q	1,807,333株	2024年2月期	1,941,848株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2025年2月期3Q	139,208,976株	2024年2月期3Q	139,097,744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. 2025年2月期第3四半期の個別業績(累計)(2024年3月1日~2024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	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
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
2024年2月期第3四半期	10,321	69.9	1,047	42.6	1,068	37.1	756	43.1

2. 2025年2月期の個別業績予想(2024年3月1日~2025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	10,411	△22.1	1,613	15.5	1,648	14.8	1,149	14.4	8.26

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無: 無

○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

[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

当第3四半期連結累計期間（2024年3月1日～2024年11月30日）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、さらには人材採用強化に取り組み、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や新商品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、当第3四半期連結累計期間の業績は、売上高9,235,872千円（前年同四半期比18.3%減）、営業利益1,473,343千円（同36.9%増）、経常利益1,495,860千円（同36.1%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益1,009,851千円（同34.1%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を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	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	2,873,108	2,851,261	2,467,347	8,191,716
	SALONMOON	232,435	229,011	243,055	704,503
	その他ブランド	49,038	45,364	42,906	137,309
その他事業	—	115,179	87,163	—	202,342
合計		3,269,762	3,212,800	2,753,309	9,235,872

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8,329,026千円（前年同四半期比19.3%減）、営業利益1,423,298千円（同35.9%増）、経常利益1,446,997千円（同35.4%増）、四半期純利益1,008,151千円（同33.2%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。

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、下記の当第3四半期累計期間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	8,255,144	8,329,026	+73,882
売上総利益	6,594,740	6,649,047	+54,307
販売促進費等	2,966,014	2,989,183	+23,168
販売利益	3,628,725	3,659,864	+31,139
営業利益	1,377,644	1,423,298	+45,654

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。

当第3四半期累計期間においては、売上高は8,329,026千円（業績予想比0.9%増）、販売利益は3,659,864千円（同0.9%増）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	8,117,032	8,191,716	+74,684	138,111	137,309	△801
売上総利益	6,501,836	6,558,286	+56,449	92,903	90,760	△2,142
販売促進費等	2,889,857	2,910,092	+20,235	76,157	79,090	+2,933
販売利益	3,611,979	3,648,193	+36,214	16,746	11,670	△5,075

「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	8,117,032	8,191,716	+74,684	+0.9%
①新規獲得				
売上高	1,166,087	1,167,338	+1,251	+0.1%
売上総利益	898,660	887,088	△11,572	△1.3%
販売促進費等	2,251,457	2,274,677	+23,219	+1.0%
販売利益	△1,352,796	△1,387,588	△34,792	△2.6%
初回ROAS（注1）	56.0%	55.0%	—	—
②定期及びその他				
売上高	5,683,279	5,762,422	+79,143	+1.4%
売上総利益	4,519,808	4,582,210	+62,401	+1.4%
販売促進費等	262,833	272,809	+9,976	+3.8%
販売利益	4,256,975	4,309,400	+52,424	+1.2%
③ECモール				
売上高	1,267,666	1,261,955	△5,710	△0.5%
売上総利益	1,083,367	1,088,988	+5,621	+0.5%
販売促進費等	375,567	362,605	△12,961	△3.5%
販売利益	707,800	726,382	+18,582	+2.6%
販売利益	3,611,979	3,648,193	+36,214	+1.0%

「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が、当第3四半期累計期間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8,191,716千円となり、業績予想を74,684千円上回りました。また、販売利益は3,648,193千円となり、業績予想を36,214千円上回りました。

「その他ブランド」における業績予想と実績の差異要因

当第3四半期累計期間において、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2）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ものの、想定通りの効果は得られませんでした。

その結果、当第3四半期累計期間における『SPADE』をはじめとする「その他ブランド」の売上高は137,309千円となり、業績予想を801千円下回りました。また、販売利益は、業績予想を5,075千円下回る11,670千円となりました。

なお、『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3）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。そのため、限られた経営リソースを最適に配分する観点から、今後の同ブランドへの注力は抑制していく方針です。

ただし、『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74,684千円上回り、「その他ブランド」においては801千円下回ったことで、個別業績における売上高は業績予想8,255,144千円に対し実績は8,329,026千円（業績予想比0.9%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36,214千円上回り、「その他ブランド」では5,075千円下回ったことで、個別業績における販売利益は業績予想3,628,725千円に対し、実績は3,659,864千円（同0.9%増）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

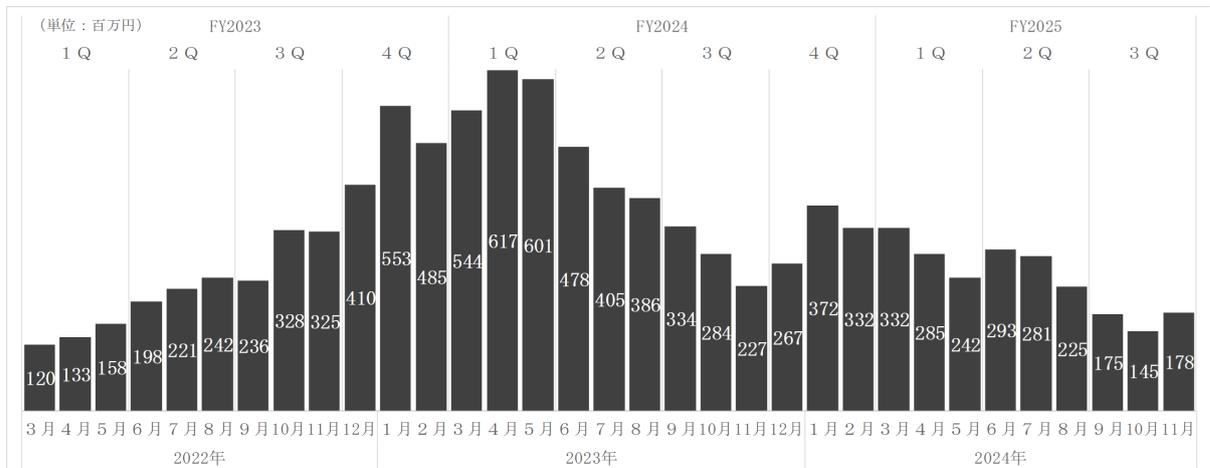
「北の快適工房」における主な獲得チャネルは、当社が独自に運営するECサイト経由の「自社サイト等（注4）」とAmazonや楽天市場等の「ECモール」となります。当第3四半期連結累計期間における売上高のうち、約85%が自社サイト等によるものです。自社サイト等は、先行する広告投資により、初回収支はマイナスになりますが、継続的に購入されることで収支がプラスになる定期購入型のビジネスモデルであり、将来の定期売上上の源泉となる「新規顧客獲得人数」が重要な指標となります。一方、ECモールは、一度の購入で収支をプラスとする単品買い切り型のビジネスモデルであり、同指標の重要性は高くありませんので、別掲のうえ記載しております。

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。



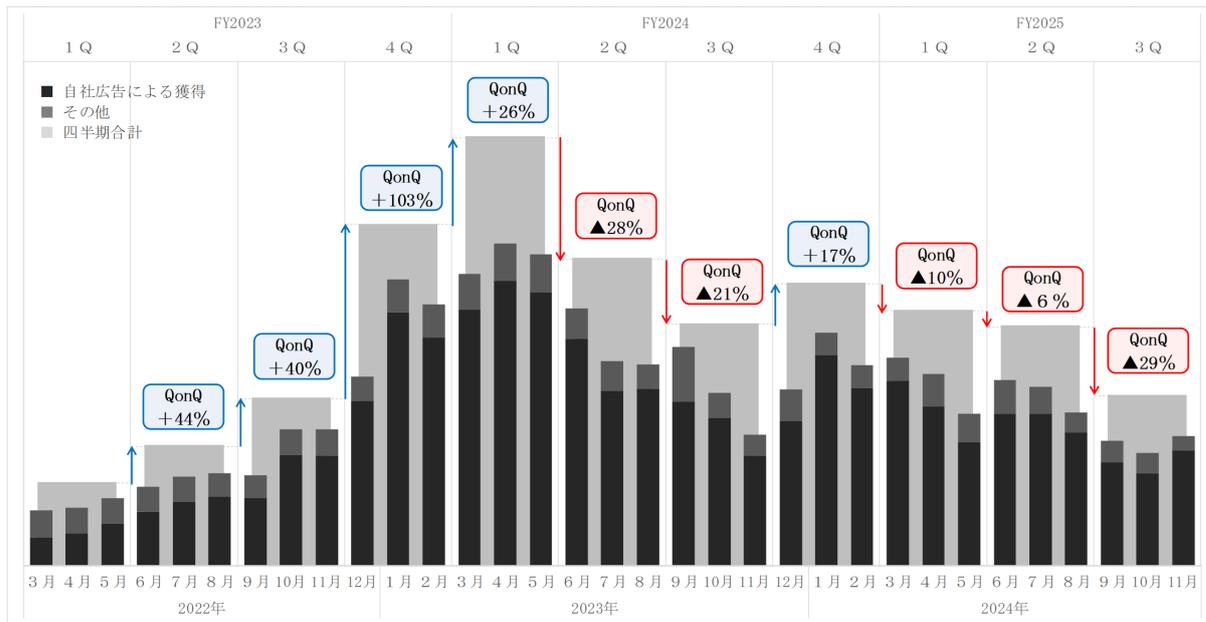
「北の快適工房」の広告宣伝費の推移

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。



当第3四半期連結会計期間（2024年9月1日～2024年11月30日）における自社サイト等の新規顧客獲得人数は、第2四半期連結会計期間（2024年6月1日～2024年8月31日）比29%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（見飽きられる）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ます。

実際に、当第3四半期連結会計期間における新規顧客獲得人数を商品ごとに分析いたしますと、一部の商品においては増加しております。これらの商品は、他の主力商品と比較して発売からの期間が短いため、販売ページの疲弊が限定的な側面もありますが、クリック率の高い広告が制作されたことにより、飛び先の販売ページを変えずとも新規顧客獲得人数が増加いたしました。広告については、継続的に良いものを制作できている一方で、販売ページ制作への対策が追いついておらず、多くの主力商品については全体の新規顧客獲得人数が縮小しております。

今後の対策

このような現状を踏まえ、社内教育・研修体制の整備や改善、さらには集客部門の人材採用強化に取り組み、組織基盤の構築等を通じたクリエイティブ部門の底上げに注力してまいります。採用については、クリエイティブスキルやデザインセンスを有していることに加え、戦略の立案や企画の実行等、一つの商品の責任者として陣頭指揮を取ることができるベンチャーマインド・リーダースキルを併せ持つ人材の獲得に注力しております。

加えて、商品ラインナップの拡充にも努めてまいります。売上の拡大には、新商品を継続的に発売し新たな需要を喚起することが重要であるものの、先述のとおり当社はクリエイティブに関する課題を有していたため、新商品を投下してもクリエイティブがすぐに疲弊し伸び悩んでしまうことから、新商品開発への注力を限定しておりました。しかしながら、長年の取組によって、未だ不十分ではあるものの最低限のスキルは備わったと判断したため、新商品の投入を加速させてまいります。

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ので、こうした条件も商品開発基準に組み入れております。

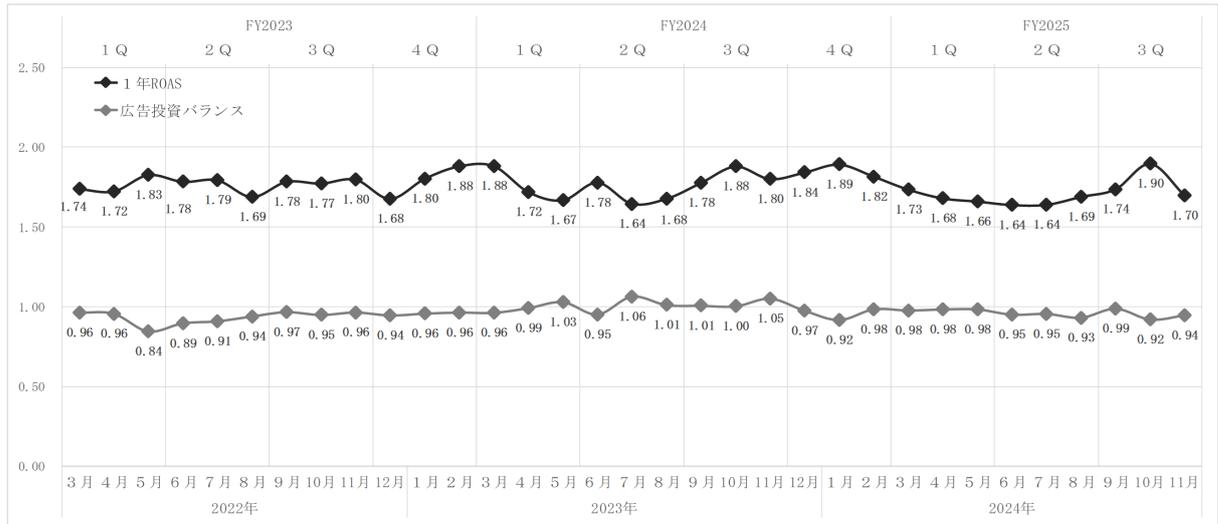
なお、当社は「びっくりするほど良い商品ができた時にしか発売しない」方針のもと、厳格かつ多岐に渡る商品開発基準を設けており、新商品の企画から実際の販売に至るまで平均で1年～2年程度要するため、商品ラインナ

ップの拡充による業績への寄与は最短でも2026年2月期以降であると見込んでおります。そのため、足元ではクリエイティブ部門の底上げに注力しスキルアップを図りつつ、中長期的には商品ラインナップを拡充させ、これら両輪により新規顧客獲得人数の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5）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6）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CPOが上限CPO（注7）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CPOが上限CPOを上回っており過剰に投資している状態です。

当第3四半期連結累計期間の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。

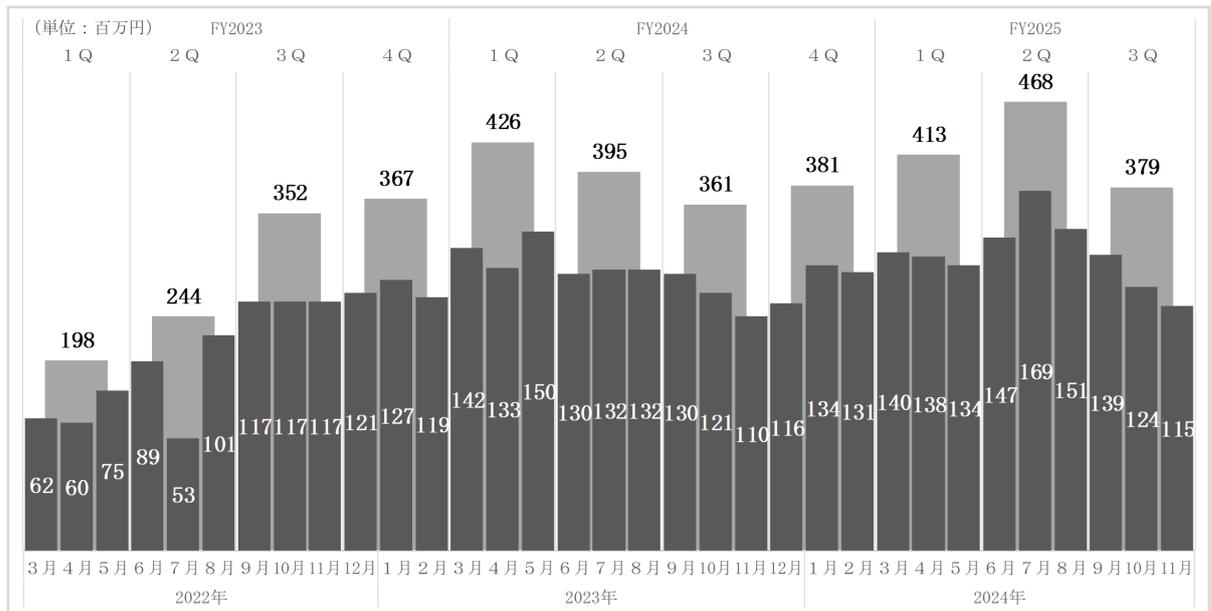


当第3四半期連結累計期間においては、最適値である広告投資バランス1.00を超過することなく推移しているものの、新規顧客獲得人数は減少しております。なお、当第3四半期連結累計期間においては、広告投資バランスが1.00を大きく下回る月もございましたが、施策等による一時的な減少であります。

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。

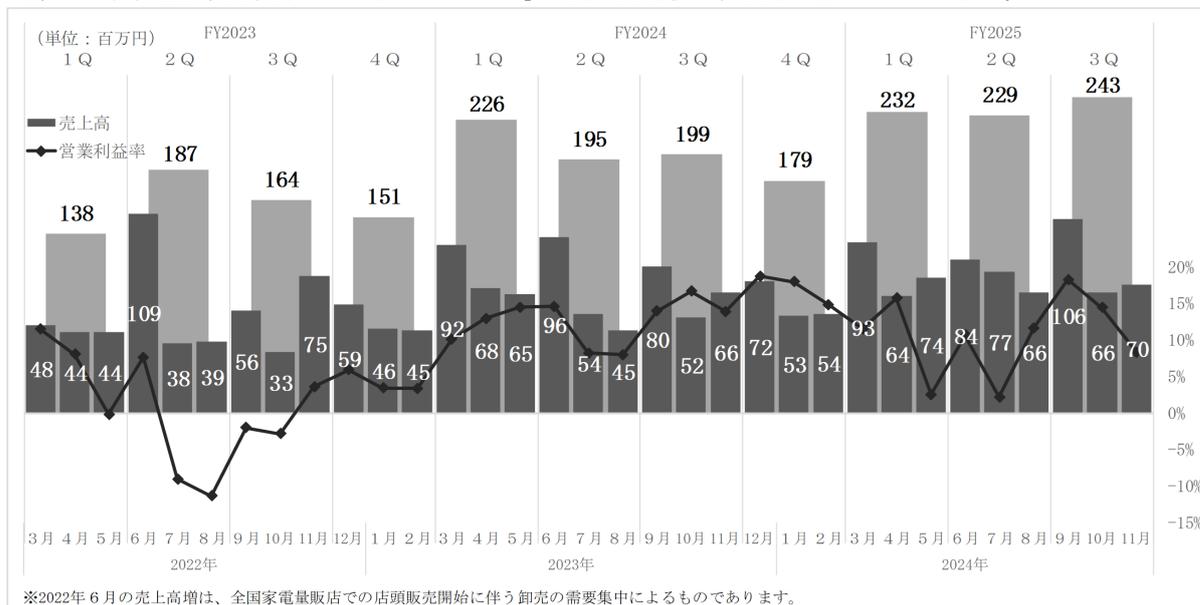


当社では、成長市場であるECモール商圏を積極的に取り込むべく、専任者を複数名配置しECモールの拡大に取り組んでおります。当第3四半期連結累計期間においても、引き続きECモールに特化した販促活動やクリエイティブ

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、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、2022年4月の全国家電量販店での販売を皮切りに大手バラエティショップやディスカウントストアでの店舗販売を行っているほか、「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116万台を突破する等、順調に拡大しております。

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704,503千円（前年同四半期比13.3%増）となりました。

なお、当第3四半期連結会計期間末後の2024年12月20日より、速乾性・髪的美しさ・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。

（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）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3）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) 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6) 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7) 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。

(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295,002千円増加し、8,944,457千円となりました。この主な要因は、現金及び預金が576,536千円、投資その他の資産が274,414千円増加した一方で、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206,587千円、棚卸資産が240,223千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376,187千円減少し、1,276,525千円となりました。この主な要因は、買掛金が156,791千円増加した一方で、未払金が159,949千円、未払法人税等が272,506千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671,190千円増加し、7,667,932千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が647,937千円増加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

2025年2月期の業績予想につきましては、2024年10月15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。

なお、2025年2月期の1株当たり期末配当予想につきましては、2024年10月15日に公表いたしました1円20銭から1円00銭増配し2円20銭に修正することといたしました。詳細につきましては、本日公表の「期末配当予想の修正（増配）及び株主優待制度の変更（拡充）に関するお知らせ」をご覧ください。

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 (2024年2月29日)	当第3四半期連結会計期間 (2024年11月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	4,783,053	5,359,590
受取手形、売掛金及び契約資産	789,744	—
売掛金及び契約資産	—	583,157
商品及び製品	1,658,074	1,202,578
仕掛品	4,389	6,410
原材料及び貯蔵品	150,335	363,586
その他	323,723	211,109
貸倒引当金	△12	△5
流動資産合計	7,709,308	7,726,427
固定資産		
有形固定資産	216,464	280,798
無形固定資産		
のれん	148,357	98,904
その他	109,504	98,092
無形固定資産合計	257,861	196,997
投資その他の資産	465,819	740,234
固定資産合計	940,146	1,218,030
資産合計	8,649,454	8,944,457
負債の部		
流動負債		
買掛金	66,540	223,332
未払金	693,050	533,101
未払法人税等	480,107	207,601
株主優待引当金	72,125	—
その他	204,174	256,261
流動負債合計	1,515,998	1,220,295
固定負債		
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	56,229
その他	28,834	—
固定負債合計	136,714	56,229
負債合計	1,652,713	1,276,525
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	263,154	258,560
利益剰余金	6,860,943	7,508,881
自己株式	△401,349	△373,502
株主資本合計	6,996,741	7,667,932
非支配株主持分	—	—
純資産合計	6,996,741	7,667,932
負債純資産合計	8,649,454	8,944,457

(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 2023年3月1日 至 2023年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)
売上高	11,299,852	9,235,872
売上原価	2,966,265	2,188,109
売上総利益	8,333,587	7,047,763
販売費及び一般管理費	7,257,630	5,574,419
営業利益	1,075,956	1,473,343
営業外収益		
受取利息	82	418
為替差益	1,132	—
受取弁済金	5,359	3,489
サンプル売却収入	871	2,090
印税収入	9,558	11,088
固定資産受贈益	4,800	5,400
その他	2,194	667
営業外収益合計	23,999	23,154
営業外費用		
支払利息	1,020	362
為替差損	—	197
その他	1	77
営業外費用合計	1,021	637
経常利益	1,098,934	1,495,860
特別損失		
固定資産売却損	651	231
固定資産除却損	0	1,728
関係会社株式売却損	—	6,407
特別損失合計	651	8,368
税金等調整前四半期純利益	1,098,283	1,487,491
法人税等	345,067	475,246
四半期純利益	753,216	1,012,245
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	753,216	1,009,851

(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 2023年3月1日 至 2023年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)
四半期純利益	753,216	1,012,245
四半期包括利益	753,216	1,012,245
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	753,216	1,009,851
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3四半期連結累計期間（自 2023年3月1日 至 2023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 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。

（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 2023年3月1日 至 2023年11月30日）	当第3四半期連結累計期間 （自 2024年3月1日 至 2024年11月30日）
減価償却費	35,766千円	86,737千円
のれんの償却額	49,452	49,452

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

2025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 聡
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2024年3月1日から2025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（2024年9月1日から2024年11月30日まで）及び第3四半期連結累計期間（2024年3月1日から2024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を表明するために、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示、監督及び実施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。