

2026 年 2 月期第 1 四半期決算説明会 及び 中期経営計画説明会 質疑応答（要旨） (2025 年 7 月 16 日実施)

【質問】 1Q の北の快適工房、新規顧客獲得状況をどのように評価しているか。

【回答】 1Q は想定より好調で概ね良い状態であると評価しているが、今後の新規獲得も多少の波はあると思うので引き続き注視していきたい。

【質問】 中期経営計画は、FY2027～2028 の売上高・営業利益とも意欲的に見えるが、達成できない場合には何が要因と考えられるか。

【回答】 新商品の発売が計画通りに進まない場合、また、発売した商品が想定よりも売れなかった場合には影響が出る。

【質問】 FY2026～2028 各年の新商品の発売数は遅れが生じる可能性があるということか。また、発売した商品が想定よりも売れないというのはどのような場合か。

【回答】 多少のブレは可能性としてあるものの大幅に遅れが生じることはないと思われる。
また、理論上これだけ売れると判断して発売しているものの、あくまでも想定なので実態と乖離が生じることにはある。さらに、発売直後の初動は良いが、その後失速することは過去にもあった。PDCA を回しながら、この想定確度を高めていくとともに、新商品発売後の状況は初動のみならず定期的にお示しすることが大切だと認識している。

【質問】 FY2026 発売予定の 2 商品のうち、1 商品目は既に発売済みの認識で良いか。また、2 商品目はいつ頃発売予定か。

【回答】 1 商品目は、ご認識のとおり既に発売した『リフィスト』という商品。2 商品目の発売は期末付近を予定している。

【質問】 1Q の北の快適工房の販売利益は前年同期比で 2 億円下がっているが要因は何か。また、どういった商品が主力で、今後はどれが業績を牽引していくと想定しているか。

【回答】 売上高や販売利益の減少は、前年の新規獲得数の減少によって定期売上が減少したことによる。主力商品の具体名や商品ごとの今後の見通しは公表を控えている。

【質問】 過去の発売商品数はどのくらいであったか。また、今後の新商品カテゴリは何か。

【回答】 過去は年間 5～6 商品程度であったが、過去と現在の商品企画から発売までのスキームが異なるため参考程度に認識いただきたい。今後の新商品はこれまで通り化粧品をメインに、医薬品や高度医療機器等も検討している。

【質問】 中期経営計画の FY2028 は売上高、営業利益とも伸びが著しいが、特に営業利益率の向上、営業利益の伸び方について、どう理解すると良いか。

【回答】 人件費や運営費等の固定費に関して、現状で概ね中期計画に基づく売上増加に対応できる体制となっていることから大幅には増加しないため、営業利益率が改善された状態で、売上の増加に伴い営業利益も増加する。

【質問】 新規獲得について、FY2025 4Q では LP について課題があるという話であったが、現在課題は解消しているのか。

【回答】 クリエイティブ力は一定まで改善したと認識している。

【質問】 既存商品で自信作はあるか。その自信の背景等があれば。

【回答】 発売した商品はすべて自信作であるが、具体的に挙げるとすれば『ヒアロディープパッチ』及びディープパッチシリーズで、美容用マイクロニードルスキンパッチ市場売上シェア世界一のブランドであるとして、6年連続ギネス世界記録TM認定されている。

【質問】 テレビ通販でマイクロニードル化粧品を販売している会社があるが、競合はないのか。また、特許関係はどうなっているのか。

【回答】 多少の競合はあるが、ギネス取得による権威性や価格・品質面からも当社が脅かされる程ではないと認識している。特許に関しては、OEM 先が保有しているものも、当社保有のものもある。

【質問】 クリエイティブ制作への AI 活用のスケジュールは。

【回答】 日進月歩で進化する AI の活用は現在進行的に進めている。特に画像制作に関しては、すでに使用しているものも多い。とは言え、「誰に何を伝えるか」のコンセプトワークは AI への代替はまだ難しいと判断しており、コンセプトワークがうまくできる人間が、生成 AI を活用して、さらに成果を最大化させていく使い方が現状はよいと考えている。

【質問】 AI の普及による検索行動の変化について、御社の取り組みや影響を教えてください。

【回答】 当社は、そもそも SEO（検索エンジン）対策を行っていないため、検索行動の変化によるマイナスの影響はないと考えている。

【質問】 TikTok Shop の日本リリースについて御社の取り組みはあるか。

【回答】 あくまで販売手段の 1 つであると認識しており、現時点では着手していない。参入先行者に利益があるようなものではないため、他社における成功事例や販売スキームがある程度確立されてから参入することが効率的であると判断している。

【質問】 マイクロニードル商品は海外では売れないのか。

【回答】 国内での販売を優先しているため、着手していない状態。国によって規制が異なるため、可能な国では参入の可能性はある。

【質問】 売上の急拡大ステージにおいて、実際に製造が間に合うのか。

【回答】 複数の主力品によって売上が積み上げていく方針であり、売上比率の高い特定の大型商品を販売していくわけではない。さらに、当社の場合、基本的に商品ごとにそれぞれ OEM 先を選定しており、特定の OEM 先に製造が集中するものではないため、問題ないと認識している。

（注）

本資料は説明会での質疑応答をそのまま書き起こしたものではありません。

よりご理解いただけるよう当社の判断で、一部加筆・修正を加えているものであることをご了承ください。