

2026 年 2 月期第 2 四半期決算説明会 質疑応答（要旨）

（2025 年 10 月 15 日実施）

【質問】 3 か月前に発表された中期経営計画の進捗や手応えについて確認したい。特に、新商品のローンチについて、スケジュール感や手応えは順調か。また、中期経営計画に対する見方を変更する必要はないか。

【回答】 新商品の開発については専門チームを設けて進めており、感触としてはかなり良いと言える。商品企画から実際のリリースまでには1～2年かかるため、形になって現れてくるのはまだ先だが、現状は非常に良い状態だと考える。

その要因の一つとしては、生成 AI の活用が挙げられ、商品企画の分析等に生成 AI を活用することで、不使用時と比べて外部テストのアンケートの数値が10%ほど改善する等の差が出ている。これにより、開発がスピードアップできそうであり、中期経営計画においては計画通りに進んでいるという手応え。

【質問】 中期経営計画期間における売上・営業利益について、FY2027 に対して FY2028 は大きく伸長する計画になっているが、FY2028 への手応えはどうか。見通しや計画は変わらないという方針でよいのか。

【回答】 現在企画している商品が、FY2028 にリリースされる見込みであり、スケジュール通りに商品を展開できれば、計画達成は可能だと考えている。現時点では見通しや計画に変更はない。

【質問】 AI の活用について、上述の商品企画以外、例えば広告等で活用している分野はあるか。

【回答】 成果の良かった広告の要因を分析し、その要因をベースにして別の広告を生成 AI に作成させる等、広告制作のフローでもかなり活用している。

数か月前と現在とでは、AI の使い方が変わってきており、以前は人間が考えた広告案を生成 AI に作らせていたが、最近の高性能な生成 AI では、どのような広告を作るかという企画段階から任せることで、人間の発想の幅を超える提案が出てくるようになった。とは言え、闇雲に活用するのではなく、あくまでも当社にて成果を出た広告のみを AI に取り込み学習させ、それをベースに制作させるようにしている。

【質問】 今期もいくつか商品を発売しているが、具体的な販売動向を教えてください。

【回答】 商品を「注力商品」と「非注力商品」に分けて展開している。IR では全て発表しているが、特に力を入れているのは『リフィスト』で、これ以外の商品は既存顧客向けという側面が強く、大きなヒットを前提とはしていない。『リフィスト』に関しては、今後の主力商品として育っていきそうな手応えを感じている。

【質問】 広告の投資バランスについて、今後も現在の指標やバランスを重視して展開していくのか。

【回答】 基本的には利益を守る形で、全て計算した上で広告投資を行っており、最終的に利益が最大化するポイントを見ながら実施しているため、このバランスを崩すことは行わない方針。

【質問】 全体感として、今回の決算を会社としてどのように評価しているか。

【回答】 概ね当初予想通り、あるいは少し上回っている状況であるため、ポジティブな結果だと評価している。

【質問】 中期経営計画を達成する上でのボトルネックとなり得るのは、どの工程や要因だと考えているか。

【回答】 中期経営計画の根幹は、新商品をどんどん出していくこと。数値上のシミュレーションはかなり行っているため、販売予測が大きく外れることはない想定だが、企画通りの商品をスケジュール通りに生

産・発売できるかどうかという点は、一つのリスクとして認識しており、それがうまく回る体制整備が重要。

【質問】 今回、商品の写真と概要を掲載されているが、主力商品や展開している市場の状況等がイメージしやすくなった。今回これらを掲載した理由はあるか。

【回答】 これまでは、競合他社による模倣を防ぐため、商品情報をあまり公開しない方針であったが、中期経営計画で商品を積極的に展開することで、業績を拡大する方針を打ち出したため、そのイメージを掴んでいただきやすいよう、具体的な商品を紹介することにした。

【質問】 今後 EC モールでの売上が増えることで、チャネルミックスに変化はあるか。

【回答】 EC モールと自社サイトでは顧客層がかなり異なるため、販売戦略も大きく異なる。これまでは自社サイトが中心であったが、EC モールの攻略ノウハウが蓄積されてきたため、今後は新たなチャネルとして積極的に展開していきたい。これは、自社サイトに加えてプラスアルファの売上を築く位置付け。

【質問】 売上総利益（粗利）について、FY2026 2Q は対業績予想で粗利率が若干改善しているように見えるが、その要因は何か。

【回答】 基本的には売上総利益率の高い商品の売上シェアが高まると上昇する。

【質問】 6 ページについて、売上高以上に売上総利益が計画を上回っているのはなぜか。また、計画以上に好調なのは具体的にどの商品か。

中期経営計画では新製品が重要だが、既存商品へのテコ入れや成長拡大という観点で聞きたい。

【回答】 売上総利益が計画を上回ったのは、想定よりも粗利率の高い商品の売上比率が少し高まったため。どの商品かについては、企業秘密のため回答を控える。

【質問】 20 ページの営業利益の増減要因で、前年同期比の増益に貢献している「その他ブランド」の販売利益と「運営費」の項目の持続性はあるか。

【回答】 「その他ブランド」は、数年前に展開していた電子タバコ関連商品の売上であり、現在は注力していない。過去の定期購入のお客様からの売上が継続しているため利益が出ているが、将来的には減少するとご理解いただきたい。その他の部分については、特に大きな変動見込みはない。

【質問】 新規顧客獲得人数について、8 月単月は 7 月に比べて減少しているが理由はあるか。また、9 月の状況も知りたい。

【回答】 8 月は、お盆休みの影響により担当者のリソースを充てられずに広告集客が前月比で若干減少する傾向があり、長期休暇がある月は同様に一時的なものである。9 月については特に問題は発生していない。

【質問】 ビューティー商品の売上シェアが圧倒的に高いが、今後は同ジャンルの商品をメインで開発していくのか。狙っているターゲット層があれば教えてほしい。

【回答】 当社の基本的な商品開発テーマは「お客様の悩みを解消する」ことであり、それが化粧品や健康食品、医薬部外品といった形になっている。ただ、これらの商品は薬機法や景品表示法により広告表現に厳しい制限がある。そのため、今後は同様にお悩み向けの商品を開発しつつ、例えば効果効能を比較的訴求しやすい医薬品のジャンルを増やしていくことを検討しているほか、過去に北海道の特産品を販売していたノウハウを活かし、グルメ食品等にも分野を広げている。最終的には、一般消費者の生活を豊かにする商品を作っていく方針で、事業を広げすぎない範囲で幅広く商品企画を進める。

【質問】 FY2026 2Q 累計の売上高と純利益が、前年同期と比べて減少した要因は何か。

【回答】 売上高の減少は、定期購入の顧客数に関連している。当社の売上は新規顧客と定期購入の顧客で構成されているが、前期・前々期に新規顧客の獲得が落ち込み、その影響が今期の定期購入の売上減少として現れている。足元では新規顧客の獲得は回復してきており、この効果は今期後半から来期にかけてプラスに働いてくると考える。

純利益の減少については、売上高の減少に伴い販売利益が減少したことが主な要因。固定費は一定のため、売上が減少すると利益が圧迫される。逆に、売上が増加しても固定費は大きく変わらないため、増収局面では利益率が大きく改善する構造。

【質問】 定期顧客の減少、つまり離脱防止に対する具体的な施策はどのようなことを行っているか。

【回答】 定期購入のお客様に対してお電話でのフォローアップ等を行っていなかったが、最近電話でのフォローアップを開始した。これにより、継続率の向上やより上位の商品へのアップセル、関連商品のクロスセル等が少しずつ見られるようになってきた。

【質問】 全体として、新規顧客は増えている傾向である一方、定期顧客は減少しているという認識でよいのか。

【回答】 新規顧客は増加している。定期顧客については、構造上、毎月一定割合で必ず解約が発生するため、その解約数を上回る新規顧客を獲得できれば全体売上は伸び、解約分をカバーできないと売上が減少するというビジネスモデルとなっている。

【質問】 売上高が減少傾向にある要因について、以前からクリエイティブの課題を挙げていたが、市場環境、広告単価の高騰、商品のトレンド等の外部要因で課題に感じていることはあるか。

【回答】 外部要因はほとんど感じていない。良いクリエイティブが制作できれば広告は大きく当たるというのは、以前から変わらない。広告単価高騰も耳にはするが、当社ではCP0を比較的低い水準で維持できているため、あまり影響は感じていない。

【質問】 新商品については、定期購入が可能な商品に注力し、それ以外はあまり注力しないということか。

【回答】 ご認識のとおり。「北の快適工房」の事業においては、定期購入商品を開発することが事業の前提条件となっている。Amazon や楽天等のECモール専用に、定期購入を前提としない商品を開発することも将来的には考えられるが、現状では定期購入につながる商品の開発を最優先としている。

(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。