



## 2026年2月期 決算短信〔日本基準〕（連結）

2026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) 取締役管理部長 (氏名) 三浦 淳一 TEL 050-2018-6578 (直通)  
 定時株主総会開催予定日 2026年5月26日 配当支払開始予定日 2026年5月27日  
 有価証券報告書提出予定日 2026年5月25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. 2026年2月期の連結業績（2025年3月1日～2026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	%
2026年2月期	11,210	△5.2	1,000	△40.3	1,037	△39.1	695	△42.3
2025年2月期	11,826	△19.4	1,675	15.6	1,704	15.1	1,205	21.2

（注）包括利益 2026年2月期 695百万円（△42.4%） 2025年2月期 1,208百万円（21.5%）

	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	%	%	%
2026年2月期	4.99	—	8.7	11.1	8.9
2025年2月期	8.66	—	16.2	19.1	14.2

（参考）持分法投資損益 2026年2月期 ー百万円 2025年2月期 ー百万円

#### （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
2026年2月期	9,490	8,047	84.8	57.71
2025年2月期	9,157	7,866	85.9	56.50

（参考）自己資本 2026年2月期 8,047百万円 2025年2月期 7,866百万円

#### （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
2026年2月期	846	△301	△542	5,701
2025年2月期	1,814	△530	△366	5,698

### 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	%	%
2025年2月期	—	1.30	—	2.20	3.50	487	40.4	6.6
2026年2月期	—	1.70	—	1.80	3.50	488	70.1	6.1
2027年2月期 (予想)	—	1.70	—	1.80	3.50		66.5	

3. 2027年2月期の連結業績予想（2026年3月1日～2027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）	7,266	38.5	344	△31.8	354	△31.6	234	△33.8	1.68
通期	15,962	42.4	1,059	5.9	1,080	4.2	734	5.5	5.26

※ 注記事項

（1）期中における連結範囲の重要な変更：有

新規 1社 （社名）株式会社カラコンダイレクト、除外 1社 （社名）－

（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）

② 期末自己株式数

③ 期中平均株式数

2026年2月期	141,072,000株	2025年2月期	141,072,000株
2026年2月期	1,628,833株	2025年2月期	1,832,233株
2026年2月期	139,380,296株	2025年2月期	139,219,554株

(参考) 個別業績の概要

1. 2026年2月期の個別業績 (2025年3月1日~2026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	%
2026年2月期	10,075	△5.7	953	△40.2	1,032	△36.8	725	△37.0
2025年2月期	10,687	△20.1	1,594	14.1	1,634	13.9	1,151	14.5

	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
2026年2月期	5.20	—
2025年2月期	8.27	—

(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
2026年2月期	9,466	8,171	86.3	58.60
2025年2月期	9,193	7,961	86.6	57.18

(参考) 自己資本 2026年2月期 8,171百万円 2025年2月期 7,961百万円

2. 2027年2月期の個別業績予想 (2026年3月1日~2027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)	6,212	28.7	297	△37.7	338	△34.6	236	△35.3	1.69
通期	13,828	37.3	956	0.3	1,037	0.6	725	0.0	5.20

※ 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、2026年4月16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 .....	9
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況 .....	9
(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
(企業結合等関係) .....	18
(セグメント情報等の注記) .....	19
(1株当たり情報の注記) .....	19
(重要な後発事象の注記) .....	19

1. 経営成績等の概況

(1) 当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」を展開しております。なかでも、主力事業である「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・改善に取り組むとともに、生成AIの活用を通じて、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力をさらに高め、新商品の発売による新規顧客獲得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企画・開発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、オリジナルヘアケア商品を取り扱う株式会社SALONMOON及びカラコンコンタクトレンズを取り扱う株式会社カラコンダイレクトといった連結子会社における各事業では、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、当連結会計年度の業績は、売上高11,210,259千円（業績予想比9.0%増）、営業利益1,000,995千円（同11.6%増）、経常利益1,037,544千円（同13.8%増）、親会社株主に帰属する当期純利益695,939千円（同11.9%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、前年同期との比較では、売上高は5.2%減、営業利益は40.3%減、経常利益は39.1%減、親会社株主に帰属する当期純利益は42.3%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。なお、当社は従来、セグメント内の売上高を「北の快適工房」「SALONMOON」「その他」のブランド別に分解して記載しておりましたが、2025年12月1日を株式取得日として株式会社カラコンダイレクトを連結子会社化し、新たに連結の範囲に含めたことに伴い、同社の事業実態を踏まえ、従来のブランド別から事業単位別の区分へ変更しております。ただし、従来開示していた「北の快適工房」「SALONMOON」「その他」の売上高については、区分変更の前後においても同一の事業実態に基づくものであり、当該区分の数値に変更はありません。

セグメント内の各事業の売上高は、下記のとおりであります。

(千円)

セグメント	事業	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	2,366,104	2,427,742	2,533,024	2,701,699	10,028,570
	SALONMOON	211,812	208,560	226,685	251,280	898,338
	カラコンダイレクト	—	—	—	236,751	236,751
	その他	18,375	13,252	8,745	6,226	46,599
合計		2,596,292	2,649,555	2,768,454	3,195,957	11,210,259

なお、当事業年度における「北の快適工房」及び「その他」から構成される個別業績に関しましては、売上高10,075,170千円（業績予想比8.6%増）、営業利益953,731千円（同18.8%増）、経常利益1,032,119千円（同19.7%増）、当期純利益725,252千円（同18.4%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、前年同期との比較では、売上高は5.7%減、営業利益は40.2%減、経常利益は36.8%減、当期純利益は37.0%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、当連結会計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、以下の各事業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事業

当社の個別業績は「北の快適工房」と「その他」から構成されます。

「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オリジナルブランドの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」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、新規顧客獲得への注力及び各種施策を終了しており、既存の定期顧客の方への定期便のお届けが主要な売上となっております。

両者は、商品特性や誕生経緯等から別事業として取り扱っておりますが、「その他」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。

(千円)

	業績予想	実績	増減額
売上高	9,275,320	10,075,170	+799,850
売上総利益	7,309,797	7,970,417	+660,620
販売促進費等	3,476,859	3,987,466	+510,607
販売利益	3,832,938	3,982,951	+150,012
営業利益	802,563	953,731	+151,167

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（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せん。

当事業年度においては、営業利益は業績予想を151,167千円上回る953,731千円となりました。これは、総運営費が概ね想定どおりに推移するなかで、販売利益が業績予想を150,012千円上回ったことが主な要因です。

なお、個別業績を事業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		
	業績予想	実績	増減額	業績予想	実績	増減額
売上高	9,235,830	10,028,570	+792,739	39,489	46,599	+7,110
売上総利益	7,279,404	7,927,834	+648,429	30,392	42,583	+12,190
販売促進費等	3,474,401	3,984,583	+510,181	2,457	2,883	+426
販売利益	3,805,002	3,943,250	+138,248	27,935	39,700	+11,764

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	9,235,830	10,028,570	+792,739	+8.6%
①新規獲得				
売上高	1,393,185	1,736,497	+343,311	+24.6%
売上総利益	999,667	1,238,751	+239,084	+23.9%
販売促進費等	2,763,778	3,096,301	+332,522	+12.0%
販売利益	△1,764,110	△1,857,549	△93,438	—
初回ROAS (注1)	56.3%	64.0%	—	—
②定期及びその他				
売上高	6,202,336	6,410,674	+208,337	+3.4%
売上総利益	4,938,192	5,099,092	+160,899	+3.3%
販売促進費等	260,571	316,920	+56,348	+21.6%
販売利益	4,677,621	4,782,172	+104,551	+2.2%
③ECモール				
売上高	1,640,308	1,881,398	+241,089	+14.7%
売上総利益	1,341,544	1,589,989	+248,445	+18.5%
販売促進費等	450,052	571,361	+121,309	+27.0%
販売利益	891,492	1,018,628	+127,135	+14.3%
販売利益	3,805,002	3,943,250	+138,248	+3.6%

「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

当事業年度において、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が非常に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、当事業年度における新規獲得が想定以上に増加したこと等により6,410,674千円（業績予想比3.4%増）、販売利益は4,782,172千円（同2.2%増）で着地しております。

③ECモール

当事業年度において、セールへの参加率向上を目的とした施策等が功を奏したことに加え、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等により、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10,028,570千円（業績予想比8.6%増）、販売利益は3,943,250千円（同3.6%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10,075,170千円（業績予想比8.6%増）、販売利益は3,982,951千円（同3.9%増）で着地いたしました。

なお、前年同期及び四半期会計期間との比較につきましては、本日公表の「2026年2月期決算補足説明資料」をご覧ください。

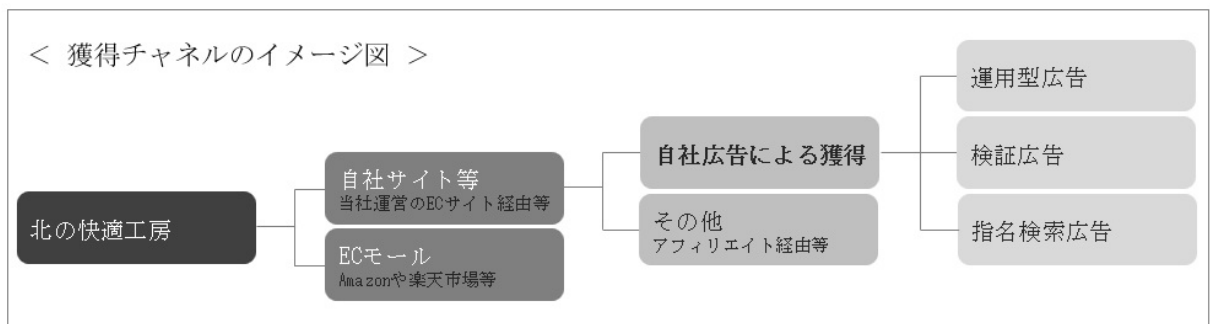
ヘルス&ビューティーケア関連事業における主要事業別の詳細な状況は下記のとおりであります。

(北の快適工房)

各指標の開示方法及び開示区分について

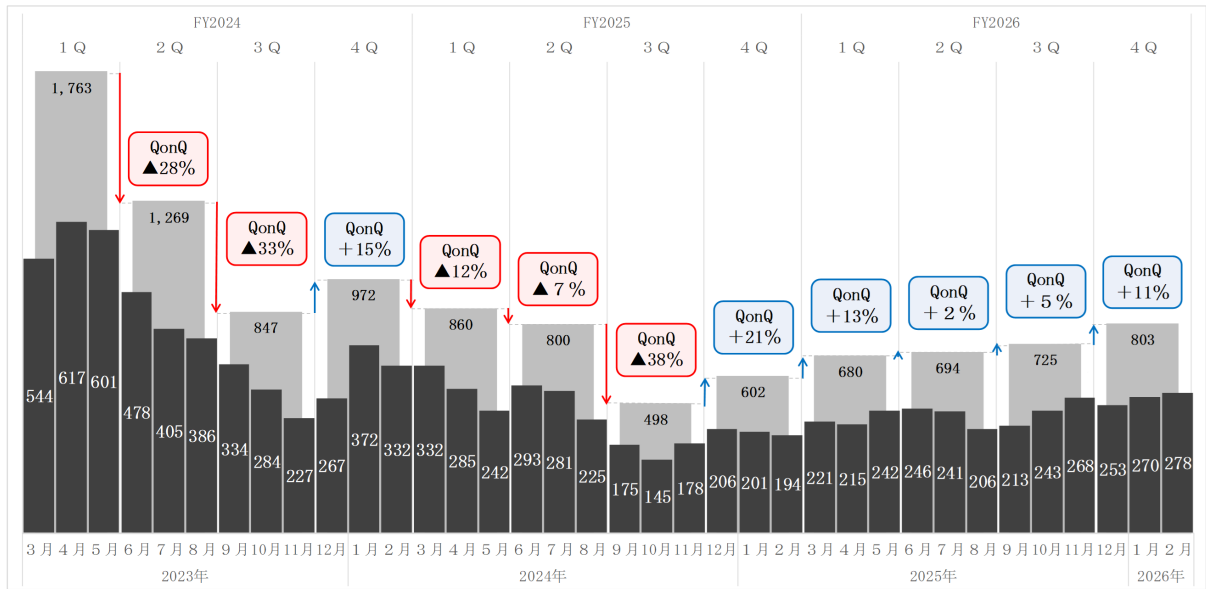
「北の快適工房」における主な獲得チャンネルは、当社が独自に運営するECサイト経由の「自社サイト等（注2）」とAmazonや楽天市場等の「ECモール」となります。当連結会計年度における売上高のうち、約8割が自社サイト等によるものです。自社サイト等は、先行する広告投資により、初回収支はマイナスになりますが、継続的に購入されることで収支がプラスになる定期購入型のビジネスモデルであり、将来の定期売上の源泉となる「新規顧客獲得人数」が重要な指標となります。一方、ECモールは、一度の購入で収支をプラスとする単品買い切り型のビジネスモデルであり、同一指標を用いることが適切ではないため、別掲しております。

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。



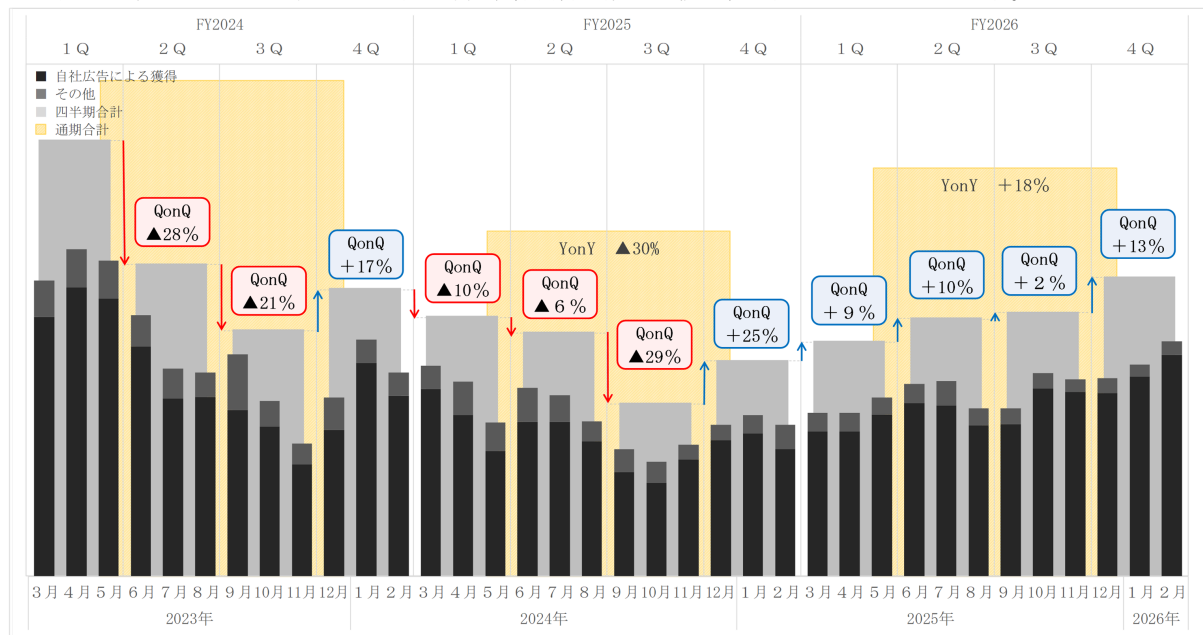
「北の快適工房」の広告宣伝費の推移

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。



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、AI活用の推進・研修内容のブラッシュアップ・体制の構築等に継続的に取り組んでおり、その結果、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前年同期比18%増となり、さらには5四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制作し、新規顧客獲得人数の回復・拡大を図ることが重要となりますが、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、後述の生成AIの活用により、クリエイティブの増産・質の向上を実現しており、これらの成果を背景として、新規顧客獲得人数が増加しております。

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。

生成AIを活用したクリエイティブ制作

当社は、自社サイト等を通じて取得・蓄積した顧客・広告・販売データを基盤に、商品企画から販売までを一気通貫で行う体制を構築しております。これらのデータと運用ノウハウに加え、生成AIを活用することで、クリエイティブ制作プロセスの高度化を進めております。

生成AIの普及によって広告制作のハードルが低下するなか、当社は広告運用を自社で完結しているため、「量」と「質」の両面でその効果を最大限に享受できる体制にあります。

「量」の面では、当社はこれまで成果につながった広告クリエイティブ及び運用データを全て自社で蓄積・管理しており、実運用に基づく膨大なデータを活用することで、生成AIによって「当たりクリエイティブ」の大量制作を実現しています。こうしたデータの蓄積と運用を自社で完結している点は、当社ならではの競争優位性です。

続いて「質」の面では、当社のトップクリエイターが生成AIを活用することで、従来は撮影や制作コストの制約により実現が難しかった多様かつ高度な表現を可能としています。その結果、より高い訴求力を持つ広告制作が実現され、継続的に採算性の高い広告を生み出す体制が強化されています。

このように、データの蓄積・運用・活用を自社で一体的に行う体制を有する当社だからこそ、生成AIの活用によりクリエイティブ制作の量と質の双方を高めることが可能となっており、今後も当社独自のクリエイティブ開発体制の強化を図ってまいります。

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、商品開発までの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。

当連結会計年度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、同部門においても生成AIの活用が加速しており、外部テスト用のクリエイティブ制作に加え、「悩みを的確に捉えたアイデア創出やブラッシュアップ」「外部テスト結果の分析」等の工程にも活用することで、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、最適なりソース配分が可能となる体制が整いつつあり、多数の商品が企画フェーズを通過し開発段階へ移行し、翌連結会計年度以降の計画的な新商品の投入に向けた強固なパイプラインを構築しております。

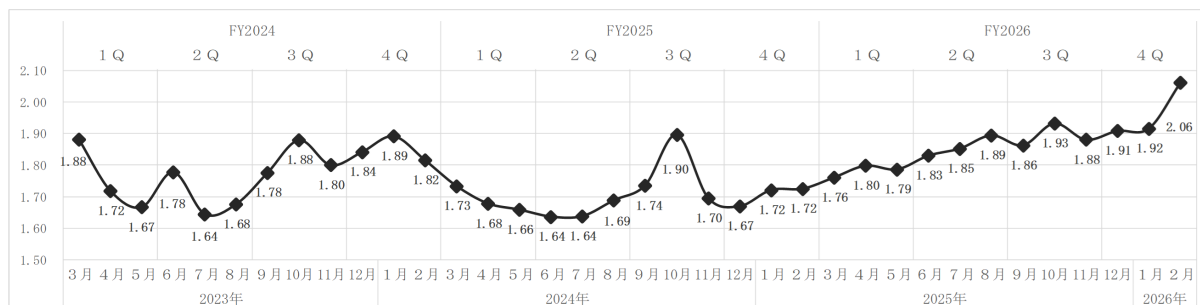
2025年5月28日には、頬のたるみを引き上げながら（注3）スキンケアまで叶える次世代のリフトアップ（注3）マイクロニードル化粧品『リフィスト』を、2026年2月17日には瞳を美しく彩りながら視力を補正する遠近両用カラーコンタクトレンズ『コロモ』を発売し、発売後の初動はいずれも上々の滑り出しを見せております。

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。

当連結会計年度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。



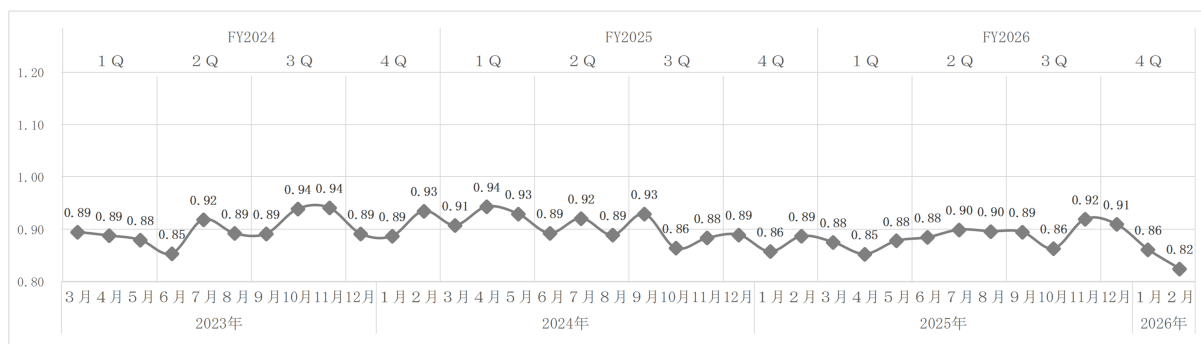
**運用型広告の採算性**

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CPOが上限CPO（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CPOが上限CPO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が、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CPO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CPO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。

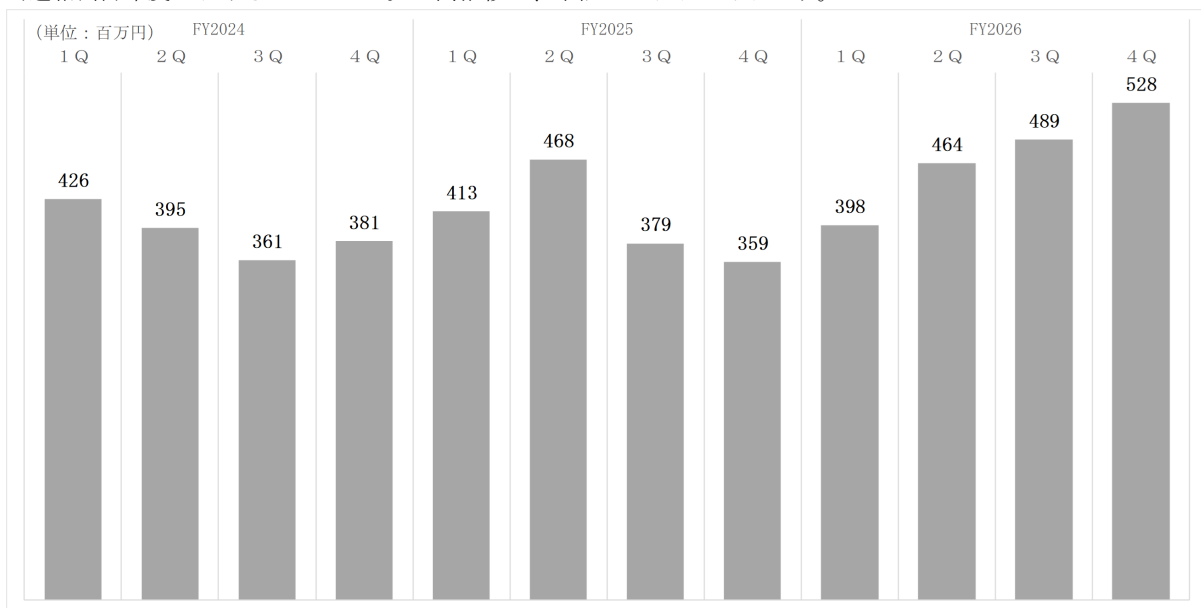
当連結会計年度の運用型広告による獲得の広告投資バランスは下記のとおりであります。



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おります。なお、広告投資バランスが1.00を大きく下回る月に関しては、良いクリエイティブが生まれた際に見られる「新規獲得単価が下がりながらも新規獲得は増加する現象」であり、一時的なものであります。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。



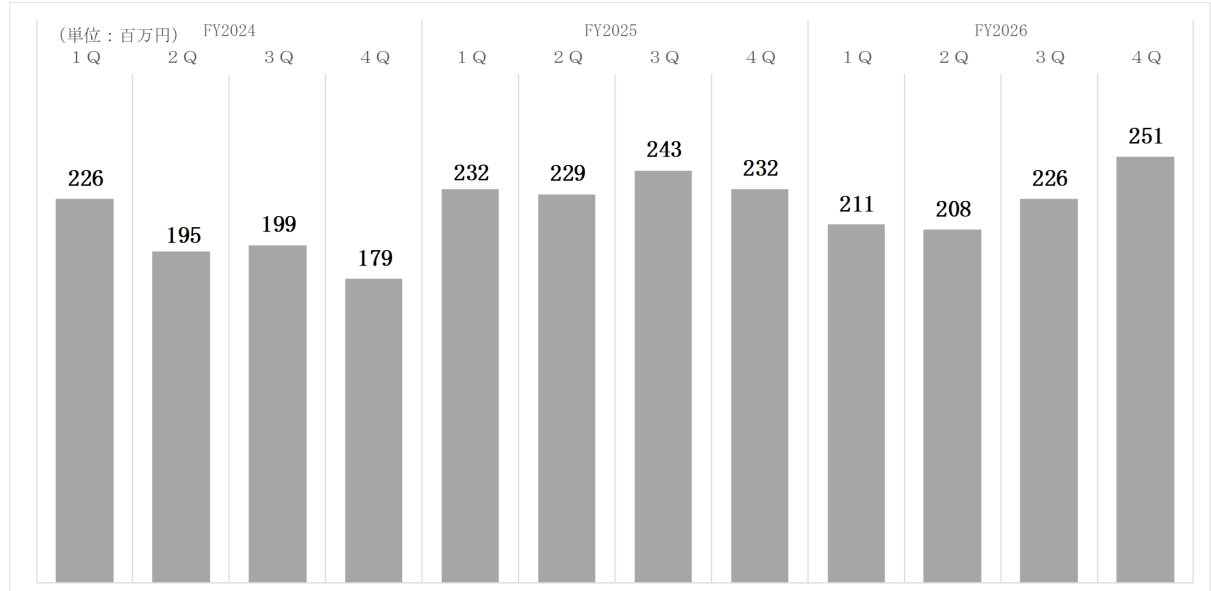
当社では、成長市場であるECモールを積極的に取り込むべく、専任者を複数名配置しECモールの拡大に取り組んでおります。当連結会計年度においても、引き続きECモールに特化した商品画像や商品説明ページ等のクリエイティブ改修及び広告最適化に加え、売上に大きな影響をもたらす各ECモールにおけるセールへの参加、セール参加率

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、さらには当連結会計年度におけるECモール全体の年商も過去最高年商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が展開する事業「SALONMOON」では、機能性に優れたオリジナルヘアケアブランドの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、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』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いましたが、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150万台を突破する等、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。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、当連結会計年度における「SALONMOON」の売上高は898,338千円（前年同期比4.1%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、リフトアップパッチの物理的効果。

(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、顧客が将来もたらず「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人あ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年間でもたらず売上高の金額。

## (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332,617千円増加し、9,490,331千円となりました。この主な要因は、売掛金及び契約資産が187,664千円、のれんが203,482千円増加した一方で、棚卸資産が114,231千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151,418千円増加し、1,442,533千円となりました。この主な要因は、買掛金が185,577千円、未払金が171,852千円増加した一方で、未払法人税等が123,728千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181,198千円増加し、8,047,798千円となりました。この主な要因は、利益剰余金が146,422千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主な内訳は、親会社株主に帰属する当期純利益による増加695,939千円、剰余金の配当による減少543,380千円等となっております。

## (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3,083千円増加し、5,701,828千円となりました。

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、846,352千円(前連結会計年度は1,814,051千円の増加)となりました。この主な要因は、税金等調整前当期純利益1,036,381千円が生じた一方で、法人税等の支払額464,674千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、301,833千円(前連結会計年度は530,931千円の減少)となりました。この主な要因は、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出271,363千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、542,633千円(前連結会計年度は366,965千円の減少)となりました。この要因は、配当金の支払額542,633千円が生じたことによるものであります。

（4）今後の見通し

当社グループは、「中期経営計画2028（2026年2月期～2028年2月期）」の2期目となる2027年2月期において、主力事業の成長加速に加え、グループ全体での収益基盤の拡充及び事業運営力の強化を推進してまいります。

主力事業である「北の快適工房」においては、商品企画・開発・販促・販売を一体的に運営する製販一体型のビジネスモデルのもと、主に新規顧客獲得人数の最大化により業績を拡大してまいります。同事業においては、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いることを背景として商品ラインナップ拡充による新規顧客獲得人数の増加を図っております。具体的には、ヒット商品企画のノウハウを商品開発フローへ組み込み、成功確度を高める体制を構築したほか、企画と開発を分離し社長直轄の商品企画マーケティングチームを設置して販促視点の企画を強化しております。

2026年2月期においては、2つの新商品をローンチし発売後の初動はいずれも順調な立ち上がりを見せていることに加え、人員増強とKPI管理によるヒット商品創出の推進、生成AI活用によるアイデア創出・改善やテスト分析の効率と質の向上等によって、企画精度とスピードを改善した結果、開発移行案件が増加し、2027年2月期以降の新商品投入に向けた強固なパイプラインを構築しております。

また、これらの新商品投入による集客効果を最大化するため、生成AIを活用した当社独自のクリエイティブ制作体制も整備しており、クリエイティブの量・質両面の向上による新規顧客獲得効率の改善を図っております。

2027年2月期においては、上述した2つの新商品に加え、今後も複数のローンチが見込まれている新商品によって新規顧客獲得人数の増加を見込んでおります。これにより、主に広告宣伝費から構成される販売促進費等も増加する見込みですが、これは、将来の定期売上拡大に資する新規顧客獲得に向けた先行投資であります。この投資においては、当社独自の広告最適化システムにより、新規顧客獲得1人当たりで使用可能な広告宣伝費の上限額を必要利益から逆算して設定しており、かつ、当該設定基準は従前から変更しておりません。そのため、当該販売促進費等の投資が拡大している状態は、中長期的な収益基盤の強化につながるものであり、事業の状況といたしましてはポジティブな状態となります。

以上により、2027年2月期の個別業績予想につきましては、売上高13,828,969千円（前年同期比37.3%増）、営業利益956,780千円（同0.3%増）、経常利益1,037,979千円（同0.6%増）、当期純利益725,469千円（同0.0%増）を見込んでおります。

管理会計指標を含む各数値は、下記のとおりであります。

（千円）

	2026年2月期	2027年2月期（予想）	増減額
売上高	10,075,170	13,828,969	+3,753,799
売上総利益	7,970,417	10,379,805	+2,409,388
販売促進費等	3,987,466	6,186,787	+2,199,321
販売利益	3,982,951	4,193,018	+210,066
総運営費	3,029,219	3,236,237	+207,018
営業利益	953,731	956,780	+3,048

なお、当社はこれまで、業績予想の策定に当たり、策定時点における既存商品の新規獲得状況が続くことを前提とし、新商品の寄与については不確実性が高いことから織り込まないことを基本方針としておりました。しかしながら、当社のマーケティングスキルの高度化、ヒット商品の創出モデルの確立、並びに商品企画・開発体制の強化により、新商品の投入数及びその成功確度に関する見通し精度が向上しております。

これを踏まえ、2027年2月期の業績予想においては、新商品の発売及びそれに伴う新規顧客獲得の寄与についても、一定の合理的な前提に基づき織り込んで策定しております。本変更は、当社の事業運営力の向上により、新商品に関する不確実性が従来と比較して低減したことを反映したものであり、より実態に即した業績予想の開示を行うことを目的としております。

次に、連結子会社である株式会社SALONMOONが展開する事業「SALONMOON」では、主力商材であるヘアアイロンやドライヤーの販路拡大や販促活動の強化に注力してまいります。また、従来とは異なる価格帯及び美容家電ジャンルにおける新商品開発等を通じ、収益拡大に向けた基盤強化を図りつつ業績拡大に取り組んでまいります。

また、同じく連結子会社である株式会社カラコンダイレクトが展開する事業においては、同社が2025年12月1日付で連結子会社化されたため、通期にわたり当社グループの一員として事業運営を行うのは2027年2月期が初年度となります。同社が有する集客力及び効率的な運営に加え、当社がこれまでに蓄積してきたマーケティング手法やクリエイティブ制作ノウハウの共有・浸透を図ることで、一層の事業運営の効率化及び収益力の向上に向けた基盤構築を進めてまいります。

以上により、2027年2月期における連結業績予想につきましては、売上高15,962,250千円（前年同期比42.4%増）、営業利益1,059,865千円（同5.9%増）、経常利益1,080,656千円（同4.2%増）、親会社株主に帰属する当期

純利益734,032千円(同5.5%増)を見込んでおります。

なお、2027年2月期の業績予想の詳細につきましては、本日公表の「2026年2月期決算補足説明資料」をご覧ください。

## 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 (2025年2月28日)	当連結会計年度 (2026年2月28日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	5,698,744	5,701,828
売掛金及び契約資産	505,171	692,835
商品及び製品	1,125,305	1,071,797
仕掛品	—	473
原材料及び貯蔵品	362,973	301,776
その他	267,972	340,439
貸倒引当金	△5	△3
流動資産合計	7,960,161	8,109,147
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	221,037	221,960
減価償却累計額	△27,502	△42,875
建物及び構築物 (純額)	193,535	179,085
その他	152,141	146,515
減価償却累計額	△73,906	△86,511
その他 (純額)	78,234	60,003
有形固定資産合計	271,769	239,088
無形固定資産		
のれん	82,420	285,903
その他	93,082	81,360
無形固定資産合計	175,503	367,263
投資その他の資産		
差入保証金	645,970	646,440
繰延税金資産	93,964	92,141
その他	18,279	44,184
貸倒引当金	△7,934	△7,934
投資その他の資産合計	750,279	774,831
固定資産合計	1,197,553	1,381,184
資産合計	9,157,714	9,490,331

(単位：千円)

	前連結会計年度 (2025年2月28日)	当連結会計年度 (2026年2月28日)
<b>負債の部</b>		
流動負債		
買掛金	182,318	367,895
未払金	460,111	631,964
未払法人税等	233,550	109,822
株主優待引当金	92,558	118,693
その他	266,169	157,034
流動負債合計	1,234,707	1,385,410
固定負債		
資産除去債務	56,407	57,122
固定負債合計	56,407	57,122
負債合計	1,291,115	1,442,533
<b>純資産の部</b>		
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	7,851,334
自己株式	△373,502	△331,521
株主資本合計	7,866,599	8,047,798
非支配株主持分	—	—
純資産合計	7,866,599	8,047,798
負債純資産合計	9,157,714	9,490,331

(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 2024年3月1日 至 2025年2月28日)	当連結会計年度 (自 2025年3月1日 至 2026年2月28日)
売上高	11,826,401	11,210,259
売上原価	2,859,901	2,726,153
売上総利益	8,966,500	8,484,106
販売費及び一般管理費	7,291,164	7,483,111
営業利益	1,675,335	1,000,995
営業外収益		
受取利息	2,406	8,074
為替差益	—	1,018
受取保険金	—	8,151
受取弁済金	5,175	5,368
サンプル売却収入	2,239	682
印税収入	13,145	6,378
固定資産受贈益	5,400	1,100
その他	2,590	6,519
営業外収益合計	30,957	37,293
営業外費用		
支払利息	362	—
為替差損	1,201	—
その他	259	744
営業外費用合計	1,824	744
経常利益	1,704,469	1,037,544
特別損失		
固定資産売却損	231	899
固定資産除却損	2,054	263
関係会社株式売却損	6,407	—
特別損失合計	8,694	1,162
税金等調整前当期純利益	1,695,774	1,036,381
法人税、住民税及び事業税	497,129	338,285
法人税等調整額	△9,630	2,157
法人税等合計	487,498	340,442
当期純利益	1,208,276	695,939
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	1,205,882	695,939

(連結包括利益計算書)

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)	当連結会計年度 (自 2025年3月1日 至 2026年2月28日)
当期純利益	1,208,276	695,939
包括利益	1,208,276	695,939
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	1,205,882	695,939
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 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
利益剰余金から資本剰余金への振替					—		—
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

当連結会計年度（自 2025年3月1日 至 2026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	261,196	7,704,912	△373,502	7,866,599	—	7,866,599
当期変動額							
剰余金の配当			△543,380		△543,380		△543,380
親会社株主に帰属する当期純利益			695,939		695,939		695,939
自己株式の取得					—		—
譲渡制限付株式報酬		△13,339		41,980	28,640		28,640
利益剰余金から資本剰余金への振替		6,136	△6,136		—		—
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）							—
当期変動額合計	—	△7,203	146,422	41,980	181,198	—	181,198
当期末残高	273,992	253,992	7,851,334	△331,521	8,047,798	—	8,047,798

(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 2024年3月1日 至 2025年2月28日)	当連結会計年度 (自 2025年3月1日 至 2026年2月28日)
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税金等調整前当期純利益	1,695,774	1,036,381
減価償却費	100,877	52,226
のれん償却額	65,936	75,915
固定資産除売却損益 (△は益)	2,286	1,162
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)	△7	△1
株主優待引当金の増減額 (△は減少)	20,432	26,135
役員退職慰労引当金の増減額 (△は減少)	△1,366	—
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	667	—
為替差損益 (△は益)	462	△1,198
受取利息及び受取配当金	△2,406	△8,074
支払利息	362	—
売上債権の増減額 (△は増加)	221,412	△81,072
棚卸資産の増減額 (△は増加)	323,634	127,061
仕入債務の増減額 (△は減少)	115,777	59,324
未払金の増減額 (△は減少)	△172,707	154,117
その他	159,802	△139,025
小計	2,537,349	1,302,952
利息及び配当金の受取額	2,406	8,074
利息の支払額	△362	—
法人税等の支払額又は還付額 (△は支払)	△725,342	△464,674
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,814,051	846,352
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産の取得による支出	△161,216	△1,688
有形固定資産の売却による収入	—	1,548
有形固定資産の除却による支出	△588	—
無形固定資産の取得による支出	△13,623	△6,749
投資有価証券の取得による支出	—	△26,680
短期貸付金の回収による収入	—	3,000
差入保証金の差入による支出	△400,000	—
差入保証金の回収による収入	76,702	100
連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の取得による支出	—	△271,363
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	507	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	△530,931	△301,833
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
リース債務の返済による支出	△5,904	—
配当金の支払額	△361,046	△542,633
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	△366,965	△542,633
現金及び現金同等物に係る換算差額	△462	1,198
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	915,690	3,083
現金及び現金同等物の期首残高	4,783,053	5,698,744
現金及び現金同等物の期末残高	5,698,744	5,701,828

(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。

(企業結合等関係)

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。

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. 連結財務諸表に含まれている被取得企業の業績の期間

2025年12月1日から2026年2月28日まで

3. 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

4. 主要な取得関連費用の内容及び金額

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

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

(1) 発生したのれん

279,397千円

(2) 発生原因

主として、今後の事業展開によって期待される将来の超過収益力であります。

(3) 償却の方法及び償却期間

7年間にわたる均等償却

6. 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

流動資産	187,089千円
固定資産	1,411
資産合計	188,500
流動負債	167,898
負債合計	167,898

7. 企業結合が連結会計年度の開始の日に完了したと仮定した場合の当連結会計年度の連結損益計算書に及ぼす影響の概算額及びその算定方法

当連結会計年度における概算額の算定が困難であるため、記載しておりません。

(セグメント情報等の注記)

前連結会計年度 (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。

当連結会計年度 (自 2025年3月1日 至 2026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の単一セグメントであるため、記載を省略しております。

(1株当たり情報の注記)

	前連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)	当連結会計年度 (自 2025年3月1日 至 2026年2月28日)
1株当たり純資産額	56.50円	57.71円
1株当たり当期純利益	8.66円	4.99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 2024年3月1日 至 2025年2月28日)	当連結会計年度 (自 2025年3月1日 至 2026年2月28日)
親会社株主に帰属する当期純利益 (千円)	1,205,882	695,939
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)	1,205,882	695,939
普通株式の期中平均株式数 (株)	139,219,554	139,380,296

(重要な後発事象の注記)

該当事項はありません。