



北の達人  
KITANO TATSUJIN

---

# 第25期 決算説明会

---

証券コード：2930  
株式会社北の達人コーポレーション  
2026年5月26日

# 目次

1. 当社について (p.3~)
2. 2026年2月期ハイライト (p.13~)
3. 経営成績に関する分析 (p.18~)
4. 業績の見通しと中期経営計画の進捗状況 (p.28~)
5. 参考資料 (p.35~)



# 当社について

# 事業概要

- ・ 自社オリジナルブランドの健康美容商品・美容家電等の販売
- ・ カラーコンタクトレンズ等の医療機器の仕入販売



	 北の達人 KITANO TATSUJIN	 SALON MOON <sup>Pro</sup>	 カラコンダイレクト
領域	健康・美容の悩みやニーズが起点の商品	美容家電 (ヘアアイロン・ドライヤー等)	医療機器 (カラーコンタクトレンズ等)
販売 チャンネル	自社ECサイト中心	ECモール + 一部店舗	ECモール
製造モデル	ファブレス (OEM委託製造)	ファブレス (OEM委託製造)	仕入販売モデル

# 商品紹介

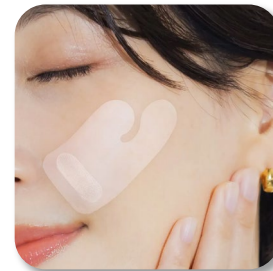
新商品 FY2026 発売



## リフリスト 2025年5月28日発売

頬のたるみを引き上げながら※スキンケアまで叶える  
次世代のリフトアップ※マイクロニードル化粧品

- ・多数のマイクロニードル商品がある中で、市場を開拓した当社のマイクロニードル化粧品「ディープパッチシリーズ」の第5弾
- ・ヒアルロン酸を主成分とした美容成分の針を刺し、ほうれい線のシワを伸ばしたまま※肌を引き上げて固定※する特殊な形状のタブ付きパッチ



## コロモ 2026年2月17日発売

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

- ・日常生活で視覚の変化を感じ始めた世代に向けて開発された
- ・高度管理医療機器に分類されるワンデータイプのカラーコンタクトレンズ



※ パッチの物理的効果

# 商品紹介

## 既存商品



## ディープパッチシリーズ

- 『ヒアロディープパッチ』 目の下やほうれい線専用
- 『ミケンディープパッチ』 眉間専用
- 『オデコディープパッチ』 額専用
- 『チークポアパッチ』 チークポアゾーン※1専用

角質層までヒアルロン酸を直接届ける「刺す化粧品」  
部位ごとの特性に合わせた美容成分の配合とシート形状  
売上世界No.1※2であるとして6年連続ギネス世界記録™認定※2  
化粧品部門の売上記録でギネス世界記録™を世界初6年連続達成

## カイケキオリゴ

便秘傾向者の便通を改善する家庭用オリゴ糖食品  
日本初※3 5種類の便通改善成分を配合した機能性表示食品

※1 頬の毛穴密集地帯

※2 ディープパッチシリーズとして売上世界一：TFCO株式会社のグローバル調査 美容用マイクロニードルスキンパッチにおける最大のブランド 2019年3月～2025年2月

※3 消費者庁HP参照 2019年9月自社調べ

# 収益モデル



北の達人  
KITANO TATSUJIN

## D2C × 定期購入制度

運用型広告



自社ECで新規顧客獲得



定期購入



中長期で利益回収

- ・ 自社ECで新規獲得→定期購入で利益を回収
- ・ ECモールも重要な販売チャネルの一つとして、自社ECサイトと相互に補完する形で活用



## ECモール

Amazon・楽天市場等のECモールで販売



各プラットフォームにあわせた販促



商品認知



新規顧客獲得・販売機会拡大

ECモールを主要チャネルとして活用

---

---

# 4つの競争優位性

---

---



製販一体型の事業運営



データ基盤及びシステム



クリエイティブ制作体制



商品企画・開発力  
及び品質管理体制

---

---

# 1 製販一体型の事業運営

---

---

- ・商品企画から販売までを一体的に運営する製販一体型
- ・自社ECサイトによる直接販売により取得した顧客データを基盤としている



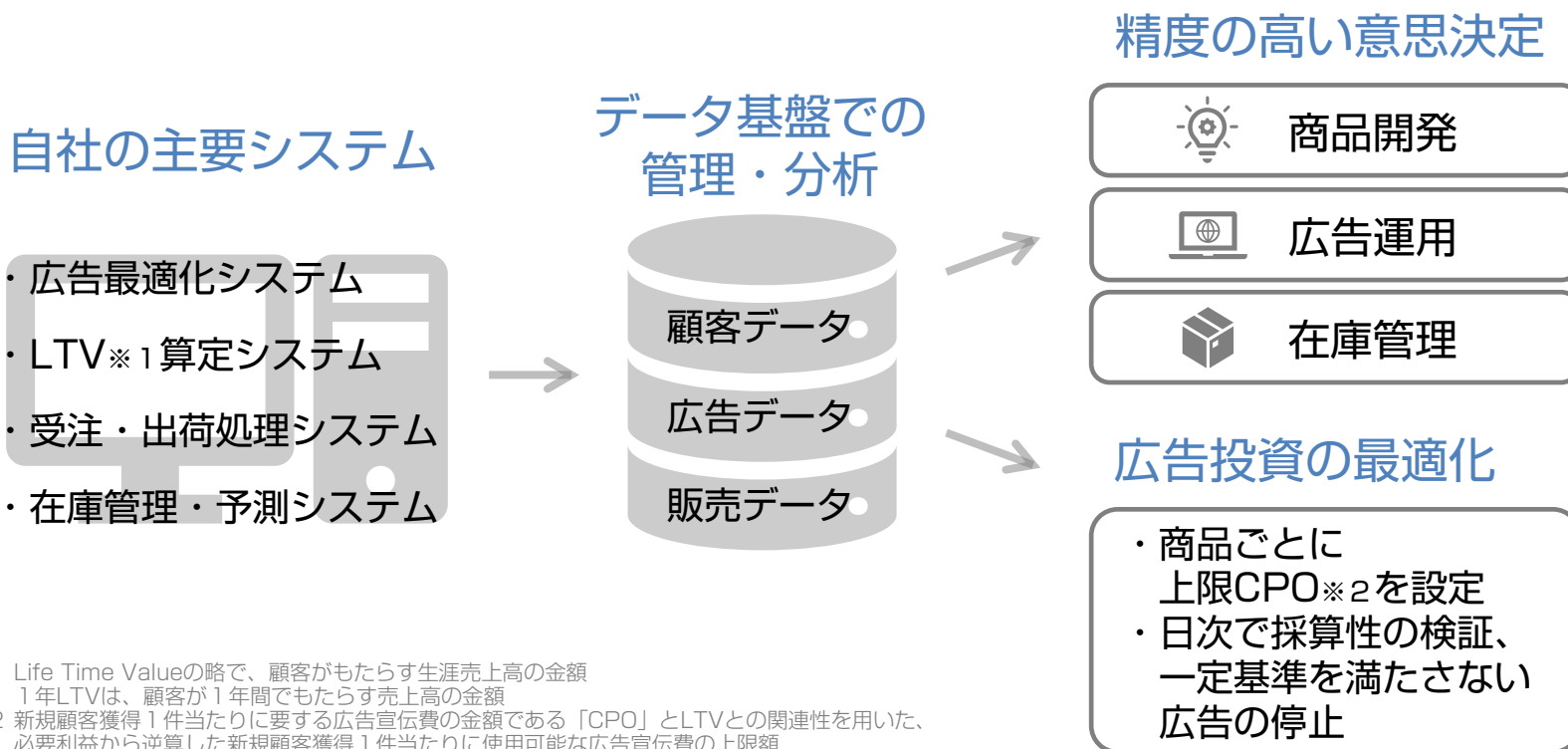
取得・蓄積した顧客行動データを、新商品企画、クリエイティブ制作に活用  
※集客を外部の広告代理店等に依存すると顧客の購買行動の詳細データは取得できない



メーカーが消費者の購買行動データを取得することは難しい

## 2 データ基盤及びシステム

事業運営に必要な主要システムを自社で開発・運用しており、長年にわたり蓄積された顧客データと運用ノウハウを有する



※1 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

※2 新規顧客獲得1件あたりに要する広告宣伝費の金額である「CPO」とLTV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件あたりに使用可能な広告宣伝費の上限額

---

---

## 3 クリエイティブ制作体制

---

---

- ・ 広告及び販売に用いるクリエイティブは、企画・制作から運用までを一貫して自社内で行う
- ・ 蓄積してきた広告クリエイティブの実績データ及び運用ノウハウを基盤に、顧客への訴求力の高い表現が可能
- ・ 自社データ × 専門人材 × 生成AI でクリエイティブ制作プロセスが高度化

### 生成AIの活用の「量」的メリット



これまで成果を上げた実績データをすべて**自社で蓄積・管理**



膨大なデータをもとに、生成AIによる**高精度な大量制作**を実現

### 生成AIの活用の「質」的メリット



専門人材やトップクリエイターが生成AIを活用



撮影や制作コストの制約を超え、**多様かつ高度な表現**を柔軟に実現

---

---

## 4 商品企画・開発力及び品質管理体制

---

---

「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、満足度・実感度を重視した商品開発

### 売れる商品の条件を満たした商品のみ開発・発売

- ・商品の「企画」と「開発」を分離し、商品企画マーケティングチームを設置
- ・蓄積した顧客及び販売データ分析から導き出した「ヒット商品の企画モデル」

### 厳格な品質基準を設定

- ・EC事業に特化した独自基準として1,527項目の品質チェック
- ・徹底したモニター調査も実施

### 製造はOEM企業へ委託するファブレス体制

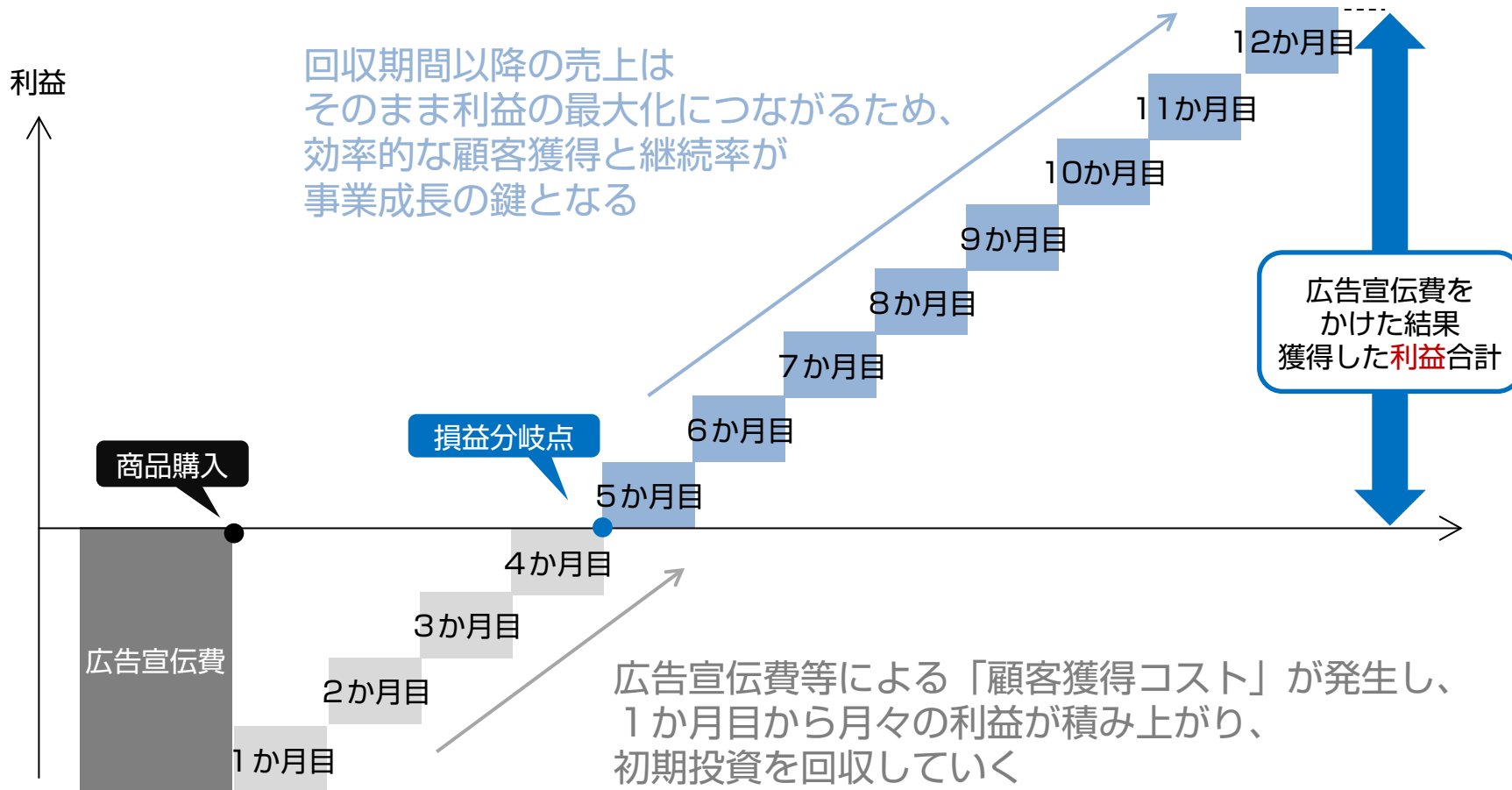
- ・各商品分野で高い技術力を有するOEM企業と連携
- ・商品企画、品質設計、マーケティング及び販売に経営資源を集中

---

# 2026年2月期ハイライト

---

# 「先行投資」と「利益回収」によるユニットエコノミクス※



※ 主にサブスクリプション型のビジネスにおいて使われる、事業の経済性を表す管理会計の指標の一つで、顧客1人（1アカウント）当たりの採算性を指す「単位当たりの経済性」のこと

# エグゼクティブサマリー

- 👉 連結売上高は11,210百万円（業績予想比+9.0%）、連結営業利益も1,000百万円（同+11.6%）と業績予想を上回って着地
  - 👉 FY2025 3Qに底を打った新規顧客獲得人数はFY2026 4Qも好調に推移し、5四半期連続で増加
  - 👉 商品ラインナップ拡充に向けた商品企画は順調に進行中企画の選別精度が飛躍的に向上し、有望な開発案件の創出数が大幅に増加
  - 👉 FY2027は過去最高の連結売上高15,962百万円（前年同期比+42.4%）を見込む
- 一方で、好調な新規獲得によって先行投資が加速するため、各段階利益は微増で着地するが、事業としてはポジティブな状況

## 業績主要項目ハイライト【対業績予想比】

(百万円)

	FY2026 業績予想	FY2026 実績	増減額	増減率
売上高	10,289	11,210	+921	+9.0%
売上総利益	7,797	8,484	+686	+8.8%
販売管理費	6,899	7,483	+583	+8.5%
広告宣伝費	2,661	3,000	+338	+12.7%
営業利益	897	1,000	+103	+11.6%
営業利益率	8.7%	8.9%	+0.2pt	
経常利益	911	1,037	+125	+13.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	622	695	+73	+11.9%

- ・売上高、営業利益ともに業績予想を上回って着地
- ・北の快適工房は新規顧客獲得が予想より好調に推移しており広告宣伝費は増加しているが、定期の積上げやECモールの売上も好調のため増益で着地

## 業績主要項目ハイライト【対前年同期比】

(百万円)

	FY2025 実績	FY2026 実績	増減額	増減率
売上高	11,826	11,210	▲616	▲5.2%
売上総利益	8,966	8,484	▲482	▲5.4%
販売管理費	7,291	7,483	+191	+2.6%
広告宣伝費	2,904	3,000	+96	+3.3%
営業利益	1,675	1,000	▲674	▲40.3%
営業利益率	14.2%	8.9%	▲5.2pt	
経常利益	1,704	1,037	▲666	▲39.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,205	695	▲509	▲42.3%

FY2024において北の快適工房における新規獲得が減少し、  
FY2025の回復も緩やかだったことで定期顧客の売上の積上げが減少しており、  
売上高、各段階利益ともに前年同期を下回った



# 経営成績等に関する分析

個別

# 業績の四半期会計期間推移・増減比較

(百万円)

	実績								業績予想	増減額 (会計期間比)		
	FY2025				FY2026				FY2026	業績予想比	直前四半期 会計期間比	前年同期比
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	4Q			
売上高	2,922	2,896	2,510	2,358	2,384	2,440	2,541	2,707	2,309	+398	+166	+349
売上総利益	2,310	2,332	2,006	1,805	1,895	1,929	1,999	2,145	1,818	+327	+146	+340
販売促進費等	1,144	1,113	731	830	925	966	1,004	1,090	893	+197	+86	+260
販売利益	1,165	1,219	1,275	974	969	962	995	1,054	925	+129	+59	+80
営業利益	381	499	542	170	222	255	256	219	110	+109	▲37	+48

<業績予想比>

想定より新規獲得が好調に推移しており、新規売上が増加していることに加え、定期の積上げも増加しており、売上高・販売利益ともに大幅に増加

<直前四半期比>

新規売上の伸長・定期の積上げにより売上高～販売利益は増加しているが、4QにFY2027発送の株主優待引当金を繰り入れており、運営費が増加し、営業利益は減少

<前年同期比>

新規獲得が好調に推移しており、新規売上が増加し売上高は大幅に増加  
販売促進費等も増加しているが、定期の積上げ増加により販売利益は想定を上回った

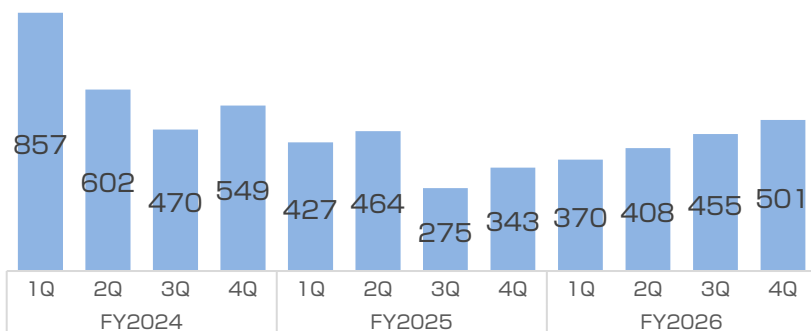
## 売上高・販売利益の販売区分別推移

(百万円)

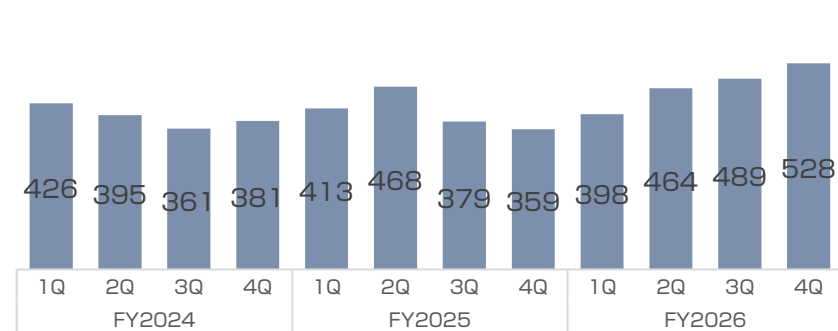
	FY2024				FY2025				FY2026			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	3,558	3,431	3,041	2,988	2,873	2,851	2,467	2,325	2,366	2,427	2,533	2,701
① 新規売上												
売上高	857	602	470	549	427	464	275	343	370	408	455	501
販売利益	▲1,205	▲881	▲558	▲611	▲573	▲485	▲328	▲392	▲463	▲461	▲456	▲475
② 定期売上、その他の売上												
売上高	2,087	2,433	2,208	2,056	2,031	1,918	1,811	1,622	1,596	1,555	1,587	1,671
販売利益	1,531	1,757	1,627	1,496	1,506	1,431	1,371	1,204	1,200	1,157	1,184	1,239
③ ECモール売上												
売上高	426	395	361	381	413	468	379	359	398	464	489	528
販売利益	248	236	198	206	233	273	219	201	223	257	260	277
販売利益	699	1,112	1,267	1,091	1,166	1,219	1,261	1,013	960	953	988	1,041

新規売上は完全に回復路線に、ECモール売上は過去最高となっている

&lt;新規売上 売上高推移&gt;



&lt;ECモール売上 売上高推移&gt;



※ FY2024 1Qは、FY2023の発送遅延による売上高188百万円、販売利益125百万円を記載していないため、販売区分①～③の合計値と北の快適工房全体の数値には差異があります

## 販売利益の増減要因

&lt;対業績予想比、4Q累計&gt;

(百万円)

	業績予想	実績	増減額	増減率
売上高	9,235	10,028	+792	+8.6%
① 新規売上				
売上高	1,393	1,736	+343	+24.6%
売上総利益	999	1,238	+239	+23.9%
販売促進費等	2,763	3,096	+332	+12.0%
販売利益	▲1,764	▲1,857	▲93	—
初回ROAS※	56.3%	64.0%	—	—
② 定期売上、その他の売上				
売上高	6,202	6,410	+208	+3.4%
売上総利益	4,938	5,099	+160	+3.3%
販売促進費等	260	316	+56	+21.6%
販売利益	4,677	4,782	+104	+2.2%
③ ECモール売上				
売上高	1,640	1,881	+241	+14.7%
売上総利益	1,341	1,589	+248	+18.5%
販売促進費等	450	571	+121	+27.0%
販売利益	891	1,018	+127	+14.3%
販売利益	3,805	3,943	+138	+3.6%

- ◆ 新規顧客獲得人数が想定を上回り、売上は増加
- ◆ 新規獲得費をかけることができ販売促進費等は増加、販売利益は想定を下回るがポジティブな状態

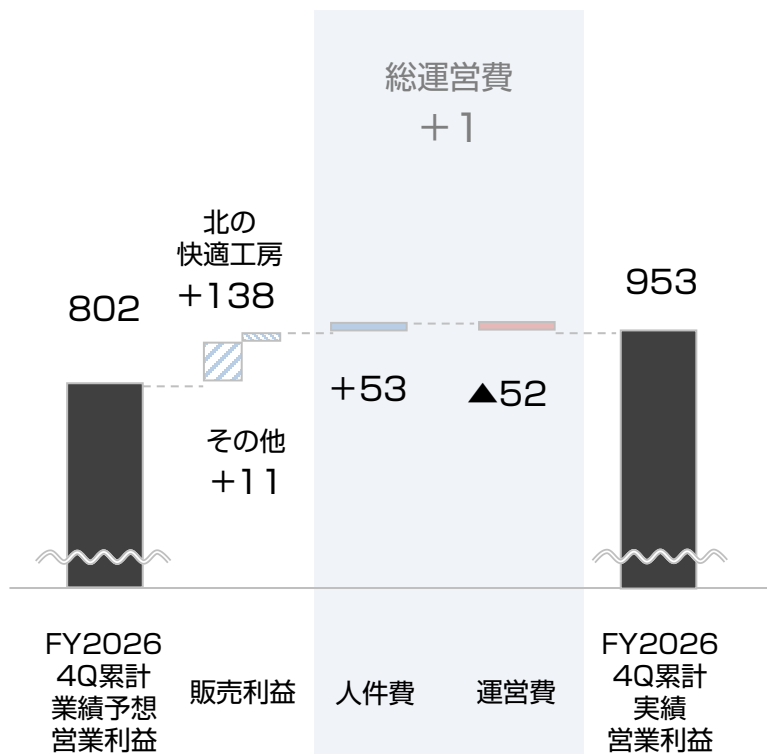
- ◆ 新規獲得の好調継続により、定期売上も増加
- ◆ LTV向上施策の推進に伴い、販売促進費等は増加傾向

- ◆ ECモールに特化した施策の実施に加え、好調な新規獲得の影響を受け、売上、販売利益ともに大幅に増加
- ◆ 過去最高売上・利益を達成

※ 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  
 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

# 営業利益の増減要因

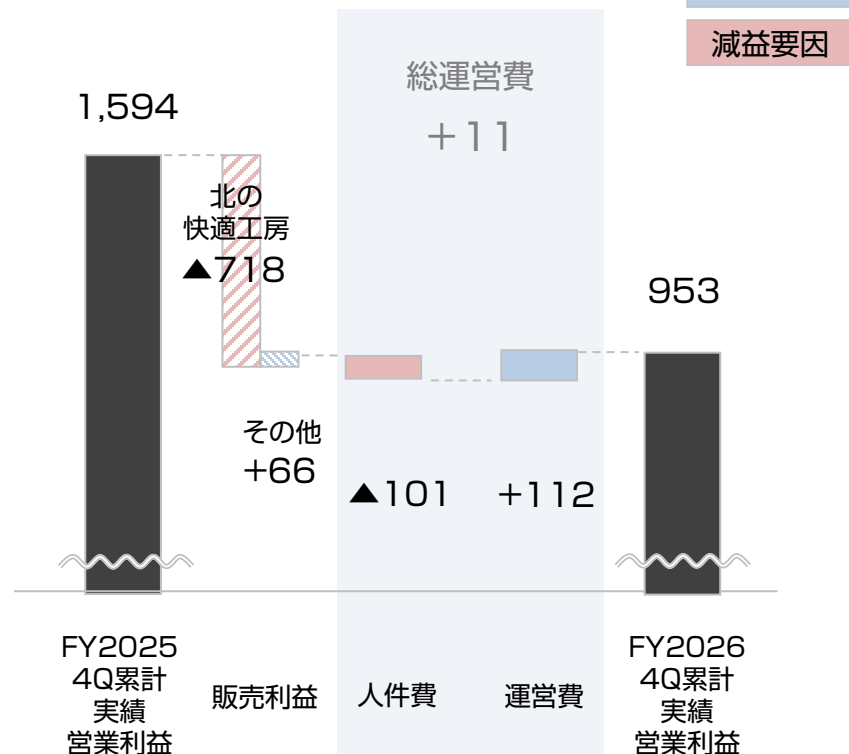
【対業績予想比 +151】



(対業績予想比)

- ・ 人員計画を下回ったことによる給与減少
- ・ 株主数増加及び優待拡充に伴う株主優待引当金繰入の増加

【対前年同期比 ▲640】



(対前年同期比)

- ・ 昇給等による給与増加
- ・ 物流拠点の適正化による減少
- ・ 【前年】東京本社フロア移転に伴う費用の発生

(百万円)

増益要因

減益要因

# 新規顧客獲得人数と広告宣伝費の関係

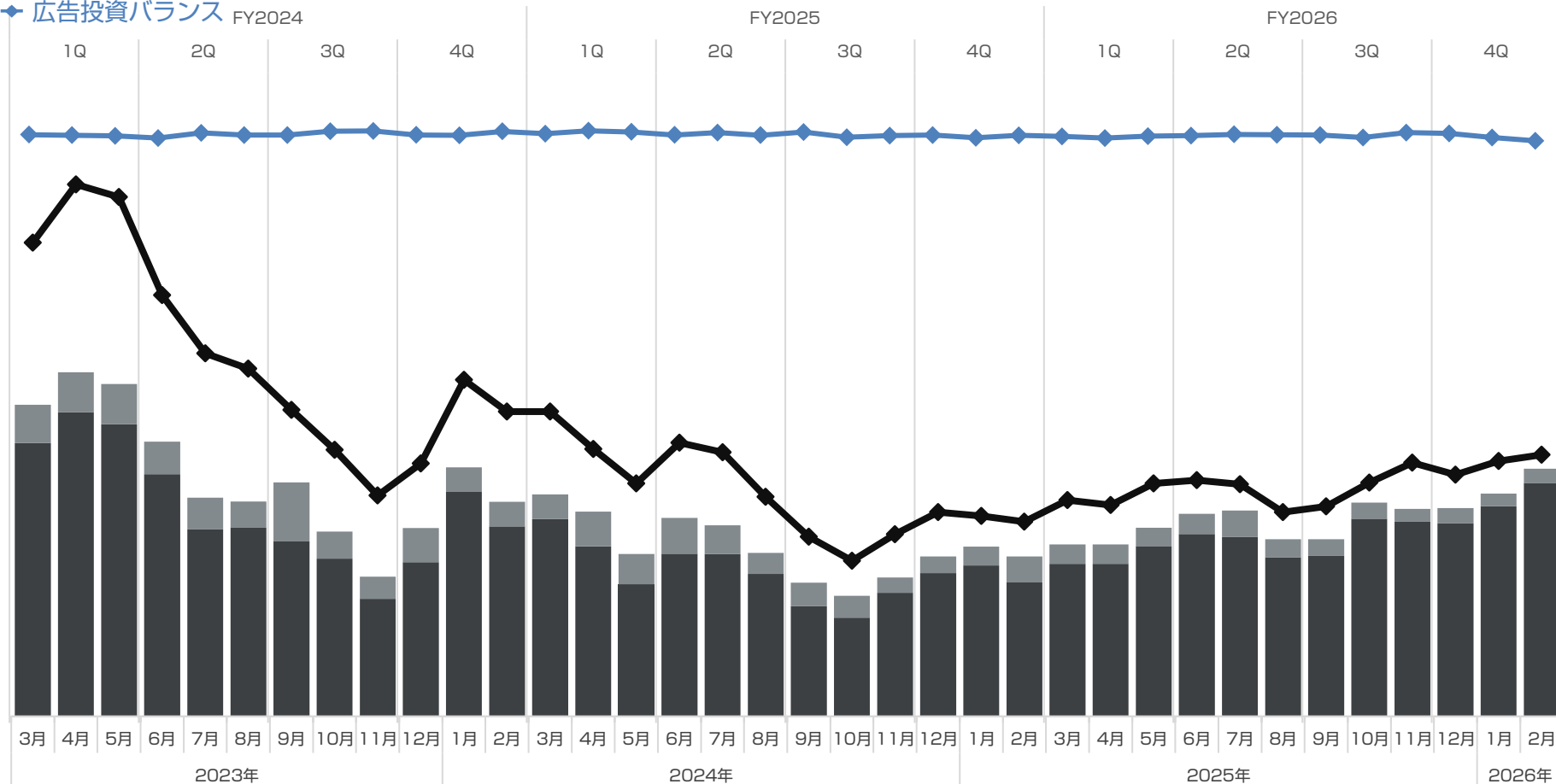
- ・ 広告宣伝費の増減と新規顧客獲得人数の増減は連動している
- ・ 広告投資バランスは一定を保っている状況

■ 自社広告による獲得（新規顧客獲得人数）

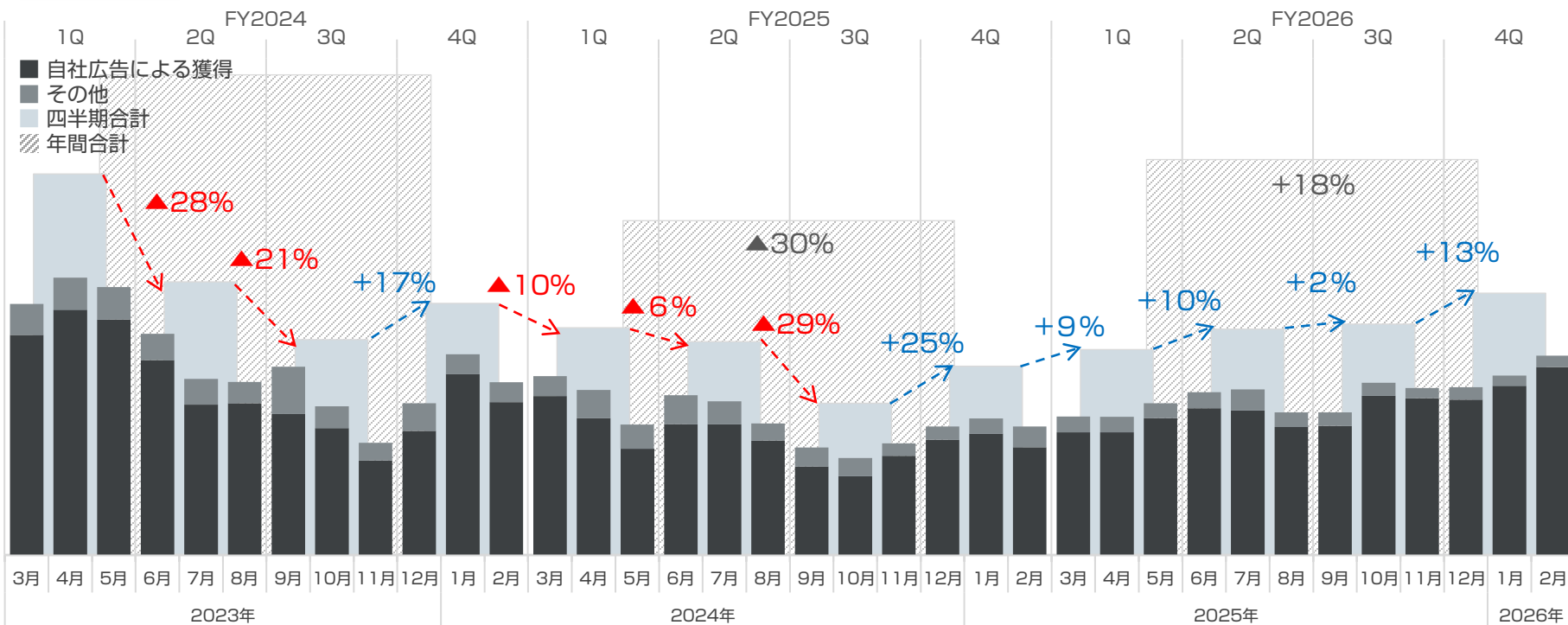
■ その他（新規顧客獲得人数）

◆ 広告宣伝費

◆ 広告投資バランス FY2024



## 新規顧客獲得人数の推移



## ◆ FY2025 3Q以降、新規顧客獲得人数は回復傾向で推移し、5四半期連続で増加

- ・ クリック率の高い広告、特に購入率が高い販売ページ等の「良いクリエイティブ」を作るための継続的な取組
- ・ 生成AIを活用したクリエイティブ生成により、質が向上している

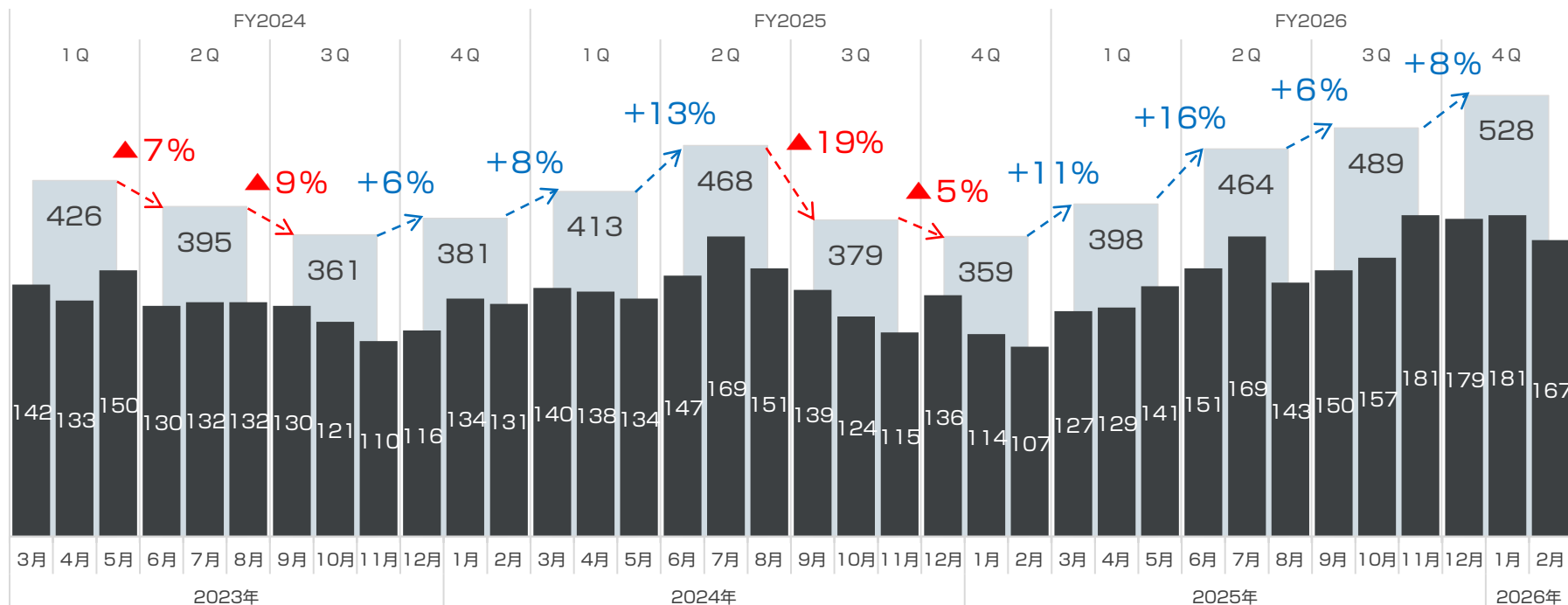
## ◆ 商品企画を加速させ、商品ラインナップの拡充を通じた新規顧客獲得人数増加へ

- ・ 専門チームの人員増員等の体制強化、新商品発売目標から逆算したKPIを設定・管理
- ・ 「悩みを的確に捉えたアイデアの創出やブラッシュアップ」「外部テスト結果の分析」等で積極的に生成AIを活用し、企画案の質と検証スピードの双方が大幅に向上しており、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った
- ・ 多数の商品が企画フェーズを通過し開発段階へ移行し、FY2027以降の計画的な新商品の投入に向け進行中

# 売上高の推移

FY2026 4QのECモール売上高は直前四半期比で+8%（対前期同期比では+47%）

（百万円）



## <FY2026の取組>

- ・ ECモールに特化した販促活動やクリエイティブ制作及び広告最適化
- ・ セールへの参加率向上を意図した施策を実施

→ 2025年11月のAmazonで月商が1億円を突破し過去最高月商を記録、FY2026は4四半期連続の増収、4Q・通期ともに過去最高の売上高を更新

# 株式会社 SALONMOON

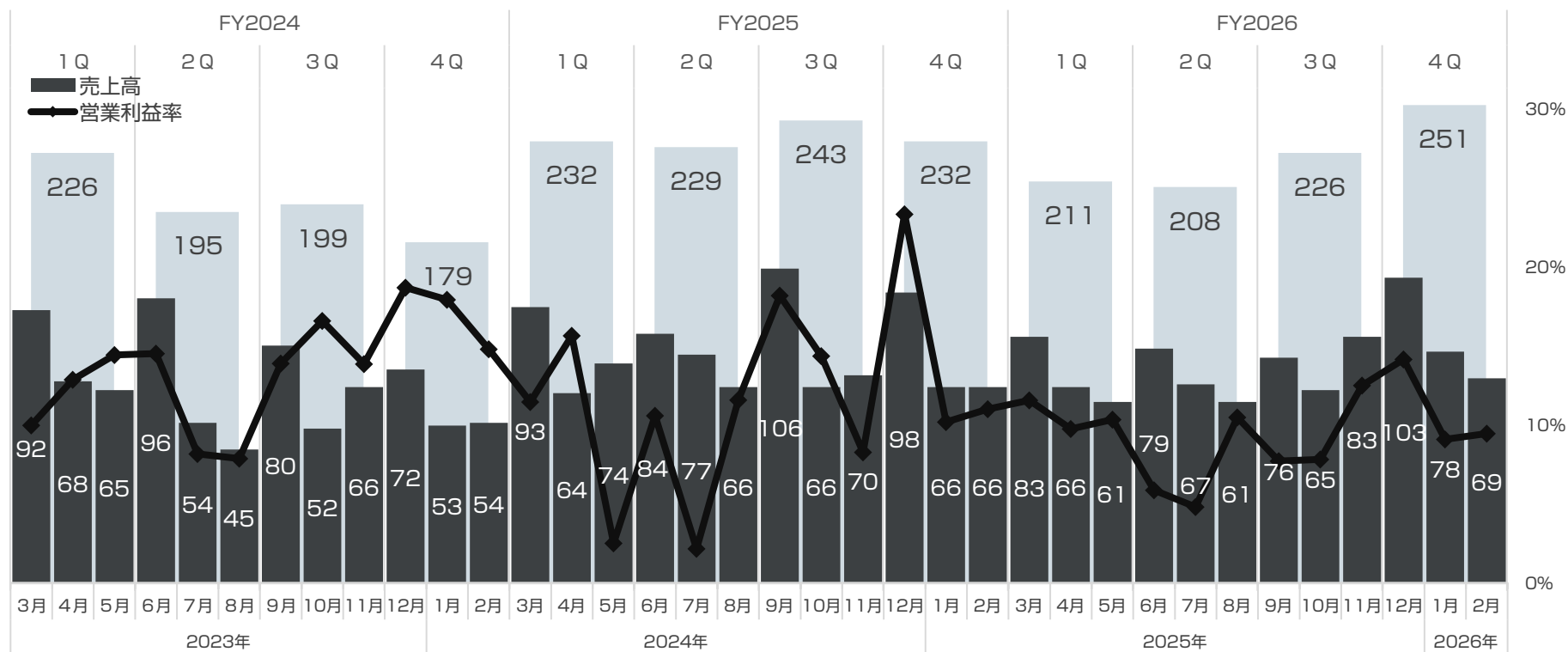
オリジナルヘアケアブランド「SALONMOON」で  
機能性に優れたヘアアイロン等を手頃な価格帯で提供

- ・20代から40代が主な顧客層
- ・ECモールを中心に展開、全国の家電量販店等で店頭販売も実施



FY2026 4Qの売上高は直前四半期比で+11%

(百万円)



# 株式会社カラコンダイレクト

2025年12月1日

- ・リバースチェーンコンサルティング株式会社（現 株式会社カラコンダイレクト）の全株式を取得
- ・商号を「株式会社カラコンダイレクト」に変更

## 背景

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の知見・ノウハウ等が、同社の収益力及び競争力の一層の強化に資すると判断

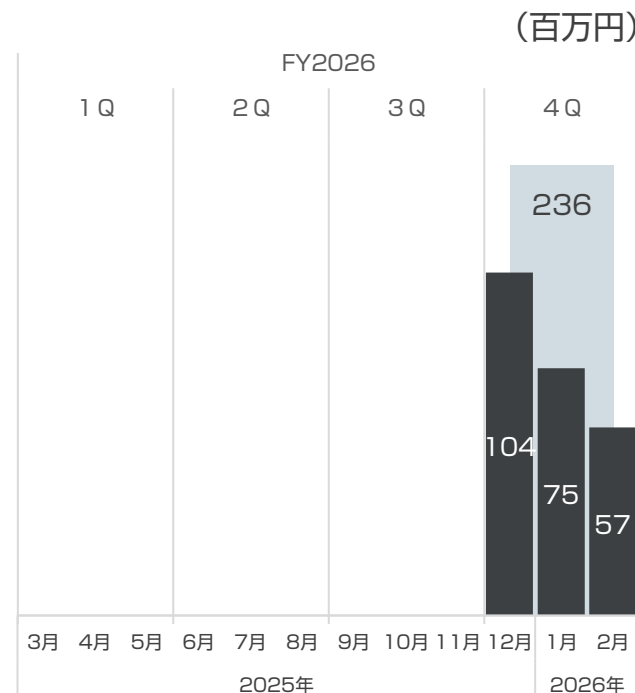
## カラーコンタクトレンズの販売事業

- ・成長を続けるカラーコンタクトレンズ市場で、90種以上の商品をQoo10や楽天市場等のECモールで販売
- ・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・配送フロー等を有する

### <FY2026の取組>

- ◆ 効率的な業務フローにするための各種整備
- ◆ ECモールでの販売状況の整理と各種施策の検討

SALONMOON同様、月次売上高はECモールのセール期間に応じて影響を受けるため波が生じる  
12月はセール期間の発送分があり、売上高が大きく伸びている



---

# 業績の見通しと 中期経営計画の進捗状況

---

# 成長戦略の概要（サマリー）



商品企画専任チーム新設やヒット商品の企画モデル導入により  
商品ラインナップを拡充し、新規顧客獲得人数を拡大

→FY2029以降は年間10商品発売できる体制を確立する

CRM※<sup>1</sup>強化による

アップセル※<sup>2</sup>率、クロスセル※<sup>3</sup>率、継続率の向上でLTVを高める



既存のECモールでの  
販促ノウハウによって堅調な業績を維持

その他

M&Aやアライアンスの活用

(+αとしての取組であり、  
中期経営計画2028への数値での織り込みはなし)

- ※<sup>1</sup> Customer Relationship Managementの略で、製品・サービスを提供する企業と顧客との間に良好な関係を築く手法
- ※<sup>2</sup> 現在購入している商品よりも単価の高い商品を購入してもらう、もしくは現在加入している定期コースよりも受け取る商品個数が多い定期コースに移行してもらうためのセールス手法 LTVの向上のほか、顧客にとっては定期コースの割引率が高くなるメリットがある
- ※<sup>3</sup> 現在購入している商品だけではなく、別の商品も購入してもらうためのセールス手法 LTVの向上のほか、顧客にとっては決済手数料や配送コストの節減メリットがある

# 中期経営計画2028の数値サマリー

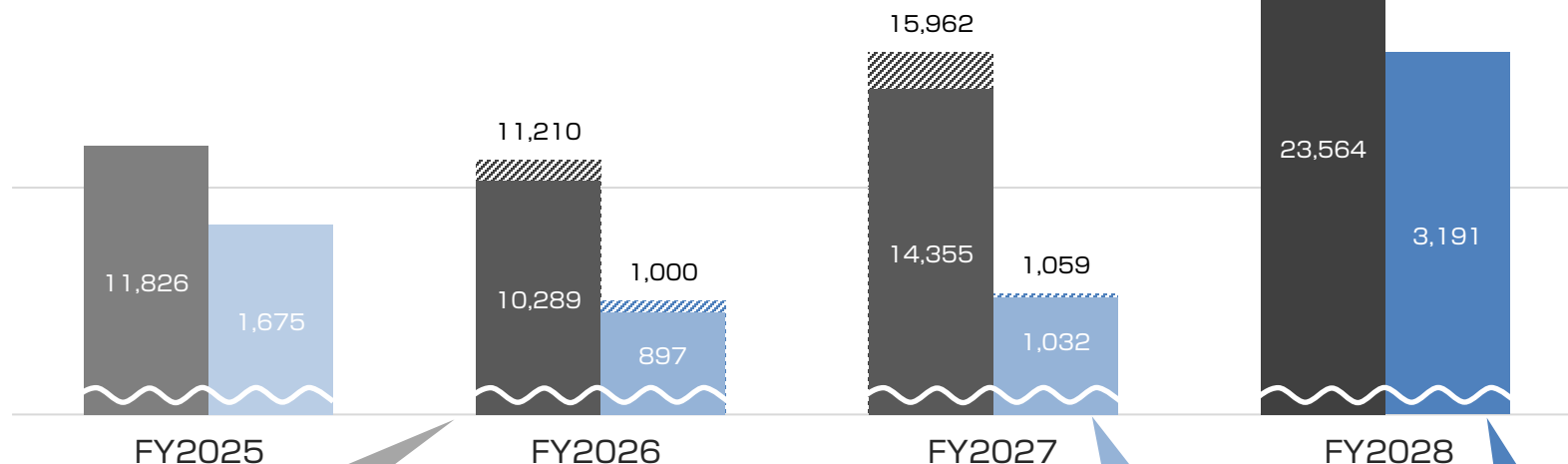
当社は、FY2028までの3か年計画で  
連結売上高235億円・営業利益31億円を達成することを目標としております

売上高  
235億円  
営業利益  
31億円

(単位：百万円)

■ 売上高  
■ 営業利益

▨ FY2026は実績、FY2027は2026年4月14日に公表の2027年2月期業績予想



**当初予想** (中期経営計画策定時)  
FY2025にかけて新規売上が減少したことにより、定期の積上げが減少し、売上高、営業利益ともに減少

**結果**  
想定より新規獲得が順調であったため売上、利益ともに予想を上回った

**当初予想** (中期経営計画策定時)  
主に新規獲得のための先行投資がFY2026~2027で拡大し、売上高は大幅増加、営業利益は横ばい  
先行投資が順調に進んでおり、長期的にポジティブな状況

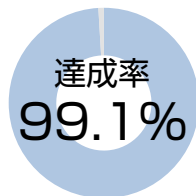
**修正予想** (FY2027年業績予想策定時)  
中期経営計画策定時よりも、新規集客が順調であること、株式会社カラコンダイレクトの買収により、売上高は当初予想を上方修正  
営業利益は、FY2028に向け新規集客投資を積極的に行うため据置き

引き続き  
先行投資は拡大するが、定期顧客の着実な積上げにより、営業利益は改善

# 「中期経営計画2028」の進捗状況

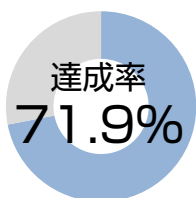
## ◆ 中期経営計画で掲げた各施策に対するFY2026の進捗状況

### ① 既存商品における売上高



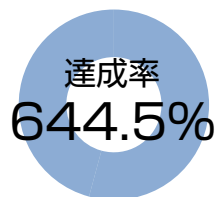
- ・主力商品を中心に積極的な広告投資を行っており、概ね計画どおり推移
- ・生成AIの活用によりクリエイティブの増産も可能に

### ② 新商品における売上高



- ・新規獲得が想定を下回っていること、発売時期のズレにより、達成に遅れが生じている

### ③ LTV向上による売上高



- ・アップセルページの改良や同封物改善、フォローアップの電話等の施策を実施しており、計画より好調に進行

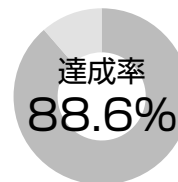
### ④ 新商品発売数



『リフィスト』 2025年5月発売  
頬のたるみを引き上げながら※  
スキンケアまで叶える次世代のリフト  
アップ※マイクロニードル化粧品

『コロモ』 2026年2月発売  
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

### ⑤ SALONMOON



- ・想定より販売が進まず、計画より減収で着地

### ⑥ M&A（中計に折込み無し）

2025年12月1日 リバースチェーンコンサルティング  
株式会社（現 株式会社カラコンダイレクト）の全株式取得

中核施策を中心に概ね計画どおりに進行しており、中期経営計画の達成に確かな手応え

※ パッチの物理的効果

## 業績の見通し

(百万円)

	FY2026 実績	FY2027 業績予想	増減額	増減率
売上高	11,210	15,962	+4,751	+42.4%
営業利益	1,000	1,059	+58	+5.9%
営業利益率	8.9%	6.6%	▲2.3pt	
経常利益	1,037	1,080	+43	+4.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	695	734	+38	+5.5%

	FY2027 1Q	FY2027 2Q	FY2027 3Q	FY2027 4Q	FY2027 年間
売上高	3,343	3,923	4,372	4,323	15,962
営業利益	▲15	359	463	251	1,059
営業利益率	▲0.5%	9.2%	10.6%	5.8%	6.6%
経常利益	▲12	367	467	258	1,080
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲21	255	322	176	734

## 業績の見通し

(百万円)

	FY2026 実績	FY2027 業績予想	増減額	増減率
売上高	10,075	13,828	+3,753	+37.3%
売上総利益	7,970	10,379	+2,409	+30.2%
販売促進費等	3,987	6,186	+2,199	+55.2%
販売利益	3,982	4,193	+210	+5.3%
総運営費	3,029	3,236	+207	+6.8%
営業利益	953	956	+3	+0.3%
営業利益率	9.5%	6.9%	▲2.5%	
経常利益	1,032	1,037	+5	+0.6%
当期純利益	725	725	+0	+0.0%

- ・新規獲得の増加、新商品投入、定期売上の積上げにより売上高は拡大
- ・商品構成費の変動による原価率上昇、新規獲得のための広告投資が拡大することによる販売促進費等の大幅増加、人件費の増加により、営業利益は微増での着地を見込む

## 業績の見通し

(百万円)

	FY2027 1Q	FY2027 2Q	FY2027 3Q	FY2027 4Q	FY2027 年間
売上高	2,820	3,391	3,746	3,869	13,828
売上総利益	2,200	2,529	2,779	2,870	10,379
販売促進費等	1,436	1,452	1,548	1,749	6,186
販売利益	764	1,076	1,231	1,120	4,193
総運営費	794	749	798	893	3,236
営業利益	▲29	326	432	226	956
営業利益率	▲1.0%	9.6%	11.6%	5.9%	6.9%
経常利益	▲11	349	451	248	1,037
当期純利益	▲11	247	315	173	725

- ・ FY2027 1Qは新規獲得が好調な一部商品において、在庫不足による発送遅延が生じており、売上高及び営業利益の計上が翌四半期以降になるため営業利益以降の段階利益が減少
- ・ 北の快適工房は新規獲得の増加、新商品の投入により期末に向けて売上高増加販売促進費等も増加するため、営業利益の増加幅は縮小



# 参考資料

# 会社概要

会社名	株式会社北の達人コーポレーション
代表者	代表取締役社長 木下勝寿
設立	2002年5月（創立2000年5月）
本社	東京都中央区 北海道札幌市
上場	東証プライム市場 札幌本則市場
	2012年5月 札幌証券取引所アンビシャス市場に上場 2013年3月 札幌証券取引所本則市場に市場変更 2014年11月 東京証券取引所市場第二部に上場 2015年11月 東京証券取引所市場第一部に指定 2022年4月 東京証券取引所プライム市場へ移行
従業員数※	227（15）名（2026年2月28日現在）

※ 就業人員であり、臨時雇用者数（パートタイマー等）は、（ ）内に年間の平均人員を外数で記載

# 株主優待制度【株主還元】

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、  
当社の事業内容に対するご理解をより深めていただくことを目的として、株主優待制度を導入している

株主優待制度に寄せられたご意見、株主アンケートでのご要望も踏まえ、  
当社株式への投資魅力をより一層向上させ、株主の皆様にも当社商品のファンになっていただき  
「[株主と消費者の融合](#)」を促進することを目的として、**制度を変更し内容を拡充**

→ブランドロイヤリティの醸成、事業内容への理解の深まり、建設的・実用的なフィードバック提供等により  
さらなる事業の成長、ひいては企業価値の向上に繋がる  
「株主＝商品やサービスの消費者」となることは、企業と株主の理想的な関係性の一つ

## <優待の内容>

<p>当社商品</p> <p>2026年夏に発売予定の ソフトピール導入美容液 『ヨイピール』1個</p> 	+	<p>当社サイトで使用可能な金券※</p> <table><tr><td>継続保有 1年未満</td><td>3,000円金券 1枚</td></tr><tr><td>継続保有 1年以上</td><td>3,000円金券 2枚</td></tr></table>	継続保有 1年未満	3,000円金券 1枚	継続保有 1年以上	3,000円金券 2枚
継続保有 1年未満	3,000円金券 1枚					
継続保有 1年以上	3,000円金券 2枚					

発売先行商品を贈呈

金額アップ

<対象株主> 2026年2月末日現在の株主名簿に記載または記録された、1単元(100株)以上を保有されている株主様

<贈呈時期> 2026年8月中旬頃の発送を予定

※ 金券は、株主様専用販売サイトにおいて、自社ブランドである「北の快適工房」の取扱商品のうち税込3,300円以上の商品(対象外品あり)にのみ利用可能

# その他指標

	FY2017 (個別)	FY2018 (個別)	FY2019 (個別)	FY2020 (個別)	FY2021 (個別)	FY2022 (連結)	FY2023 (連結)	FY2024 (連結)	FY2025 (連結)	FY2026 (連結)
ROE (%) (自己資本利益率)	24.8	48.8	48.9	54.2	29.1	21.8	5.6	15.1	16.2	8.7
ROA (%) (総資産利益率)	18.6	32.9	33.5	38.9	22.9	17.8	4.5	12.1	13.5	7.5
自己資本比率 (%)	67.4	67.3	69.4	73.7	83.5	81.3	79.5	80.9	85.9	84.8
配当性向 (%)	30.9	30.3	38.7	30.3	30.0	30.0	60.7	30.8	40.4	70.1
1株当たり 年間配当金 (円)	0.84	2.19	3.60	4.30	3.00	2.90	1.50	2.20	3.50	3.50
株主数 (名)	8,926	31,667	47,978	54,307	47,042	67,843	74,809	87,841	100,470	129,554

※1 1株当たりの配当金は、以下の株式分割の影響を踏まえて換算しております（銭未満の端数を切り上げております）

2017年4月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割

2017年11月6日付で普通株式1株につき2株の株式分割

2018年2月15日付で普通株式1株につき3株の株式分割

※2 FY2022のROE及びROAは、連結初年度のため、それぞれ期末自己資本及び期末総資産に基づいて計算しております

## 免責事項及び本資料の取り扱いについて

- 本資料は、情報提供を目的としたものであり、当社株式等特定の商品についての募集・投資勧誘・営業等を目的としたものではありません。
- 本資料の内容及び資料に記載された意見や予測等は資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保障するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。
- 本資料で提供している情報は万全を期していますが、その情報の正確性や完全性を保証するものではありません。また予告なしに内容が変更又は廃止される場合がありますので、あらかじめご了承ください。
- 本資料は投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合であっても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。
- 資料及びデータの無断転用はご遠慮ください。

お問い合わせ先

株式会社北の達人コーポレーション 管理部  
TEL : 050-2018-6578  
Mail : ir@kitanotatsujin.com