

KURASHICOM

2026年7月期 第2四半期 決算説明資料

2026年3月16日 株式会社クラシコム

(証券コード：7110)

AGENDA

- 01 2026年7月期 第2四半期 決算概要および業績予想の進捗状況
- 02 2026年7月期 第2四半期 事業ハイライト

2026年7月期第2四半期業績のハイライト



- 連結売上高は2Qも好調に推移し23.8%成長、四半期として過去最高の28.4億円
- 売上高の高い成長により連結EBITDAも28.0%増となり、四半期として過去最高の5.6億円
- 「北欧、暮らしの道具店」はマーケティング投資によるユーザー獲得を高効率で実現
- クラシコム売上高は24.3%成長、27.6億円で四半期として過去最高を更新。購入者数も13.9%増加し、過去最高の12.0万人

01 RESULTS

2026年7月期 第2四半期 決算概要
および業績予想の進捗



連結売上高、連結EBITDAともに過去最高を更新

「北欧、暮らしの道具店」が牽引し、連結売上高は23.8%成長となる28.4億円

売上高販管費率の改善により、連結EBITDAは28.0%増の5.6億円、EBITDAマージンも19.8%と高水準

[百万円]

	当2Q実績	前2Q実績	増減	増減率
売上高	2,844	2,297	+547	+23.8%
売上原価	1,539	1,237	+301	+24.4%
売上総利益	1,305	1,060	+245	+23.1%
売上総利益率	45.9%	46.1%	-	-
販管費	760	638	+121	+19.1%
営業利益	545	421	+123	+29.3%
営業利益率	19.2%	18.4%	-	-
経常利益	552	426	+126	+29.6%
経常利益率	19.4%	18.6%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	366	276	+90	+32.6%
EBITDA	562	439	+123	+28.0%
EBITDAマージン	19.8%	19.1%	-	-

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

「北欧、暮らしの道具店」はマーケティング投資が非常に好調で、売上高、EBITDAともに過去最高を更新
「foufou」の2Q売上高は10.3%成長となり想定は下回るものの、上期では70%超の成長と高い成長を実現

[百万円]

		当2Q実績	前2Q実績	増減	増減率
「北欧、暮らしの道具店」	売上高	2,764	2,224	+539	+24.3%
	EBITDA	556	434	+121	+27.9%
	EBITDAマージン	20.1%	19.5%	-	-
「foufou」	売上高	80	72	+7	+10.3%
	EBITDA	△1	5	△7	-
	EBITDAマージン	△2.4%	7.0%	-	-
連結消去	売上高	△0	△0		
	EBITDA	△0	-		
連結	売上高	2,844	2,297	+547	+23.8%
	EBITDA	562	439	+123	+28.0%
	EBITDAマージン	19.8%	19.1%	-	-

売上高販管費率は前年同四半期比1.1%改善

同水準の人員数で事業規模拡大に対応できており、人件費は微増のため売上高販管費率の低下に大きく寄与
マーケティング投資を積極的に行っているが、売上高広告宣伝費率は約11%で適切にコントロールされている

[百万円]

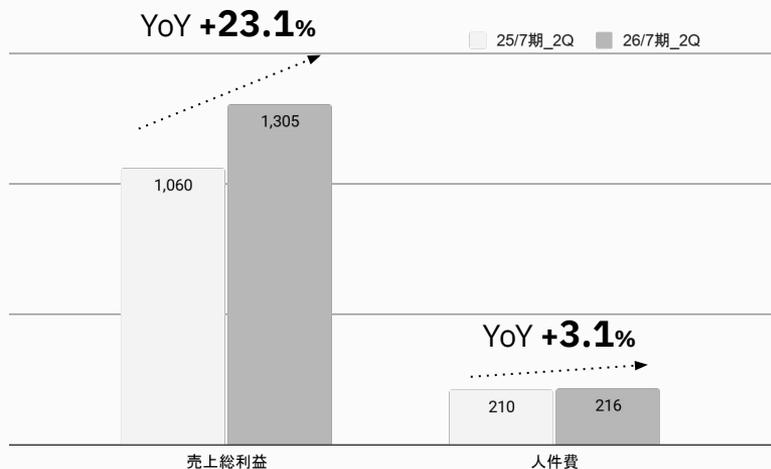
	当2Q実績	前2Q実績	増減	増減率	主な増減要因
広告宣伝費	315	229	+85	+37.4%	・アプリDL広告は投資対効果の基準の中で積極的に運用
人件費	216	210	+6	+3.1%	・人員数はほぼ変わらず、主にベースアップによる増加
償却費	17	18	△0	△3.8%	
その他	210	180	+29	+16.5%	・システム関連費用、各種業務委託の増加
計	760	638	+121	+19.1%	
売上高販管費率	26.7%	27.8%	-	-	

連結の人員数は大きく変わらず人件費の伸びを大きく上回る売上総利益の増加を達成

人件費当たりの生産性が大きく改善したことで売上高人件費比率が下がり、その他販管費も改善が進む

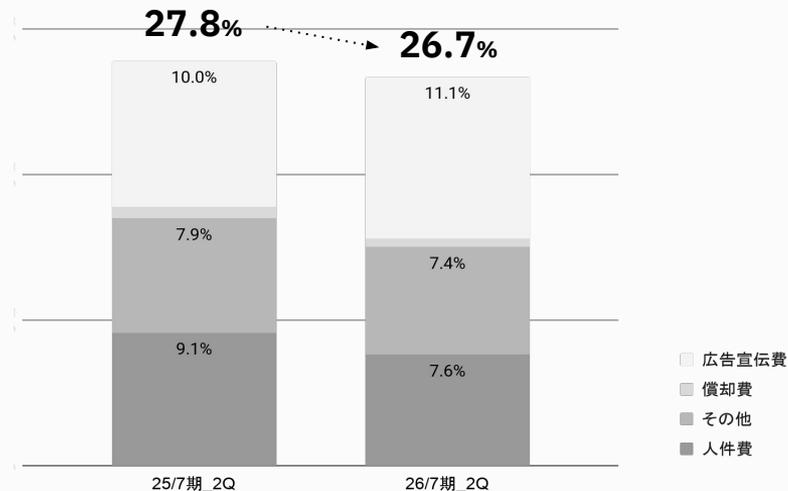
収益構造の改善が進んでいるため、今後もトータルの売上高販管費比率はコントロールしつつマーケティング投資の拡大が可能に

【売上総利益と人件費の前年同期比】



【各販管費売上高比率の前年同期比】

[百万円]



業績予想に対して順調な進捗

上期終了時点で売上高はほぼ想定通りの51.7%の進捗率、足元も順調に推移

各利益は想定を若干上回って推移しており、営業利益以下の各利益は60%前後の進捗率

[百万円]

	上期実績	通期業績予想	進捗率[%] 対業績予想
売上高	5,278	10,200	51.7%
売上総利益	2,361	4,508	52.4%
営業利益	869	1,453	59.8%
経常利益	884	1,473	60.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	586	964	60.9%
EBITDA	904	1,530	59.1%
EBITDAマージン	17.1%	15.0%	-

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

「北欧、暮らしの道具店」は順調な進捗

「foufou」は想定には届いていないが、下期も上期同様に高い成長ペースを維持する見通し

[百万円]

		上期実績	通期業績予想	進捗率[%] 対業績予想
「北欧、暮らしの道具店」	売上高	5,112	9,786	52.2%
	EBITDA	891	1,488	59.9%
	EBITDAマージン	17.4%	15.2%	-
「foufou」	売上高	195	460	42.6%
	EBITDA	13	41	32.0%
	EBITDAマージン	6.7%	9.0%	-
連結	売上高	5,278	10,200	51.7%
	EBITDA	904	1,530	59.1%
	EBITDAマージン	17.1%	15.0%	-

配当金の支払いで現預金は微減しているが営業活動からの資金獲得は堅調、ネットキャッシュは45.7億円と十分な水準

自己資本比率は82.7%と、健全な状態を維持

商品は事業規模拡大により増加傾向、シーズン在庫量による季節変動もある。QonQでは△2.1億円とシーズン在庫は適切にコントロール

[百万円]

	当2Q末実績	前期末実績	増減	主な増減要因
総資産	6,709	6,296	+412	
流動資産	6,094	5,654	+439	売掛金増加 +207百万円
現預金	4,664	4,728	△63	・営業キャッシュフロー +313百万円 ・配当金の支払い △353百万円
商品	848	547	+300	・北欧、暮らしの道具店 +266百万円
固定資産	614	642	△27	
のれん	161	172	△10	償却
負債	1,159	979	+179	
借入金	86	103	△16	返済
その他	1,072	876	+196	・買掛金、未払金の増加 +111百万円 ・未払法人税等の増加 +97百万円
純資産	5,550	5,317	+233	・累計純利益 +586百万円 ・配当支払 △353百万円

2Q営業活動から約6億円の資金を獲得

投資活動および財務活動によるキャッシュフローは大きな動きなし

キャッシュフローについても順調な進捗となっており、1株当たりの年間配当額予想については48円と現時点では据え置き

[百万円]

	前1Q実績	前2Q実績	前3Q実績	前4Q実績	当1Q実績	当2Q実績
営業活動によるキャッシュフロー	△323	+406	+241	+405	△283	+597
投資活動によるキャッシュフロー	△9	△7	△0	△3	△6	0
財務活動によるキャッシュフロー	△138	△13	△12	△10	△363	△6
現金及び現金同等物の増減	△471	+385	+227	+391	△653	+590
現金及び現金同等物の期末残高	3,723	4,108	4,336	4,728	4,074	4,664
フリー・キャッシュ・フロー	△333	+398	+240	+401	△290	+597

※ 1Q、3Qのキャッシュフロー数値については監査法人のレビューを受けておりません

02 BUSINESS HIGHLIGHTS

2026年7月期

事業ハイライト

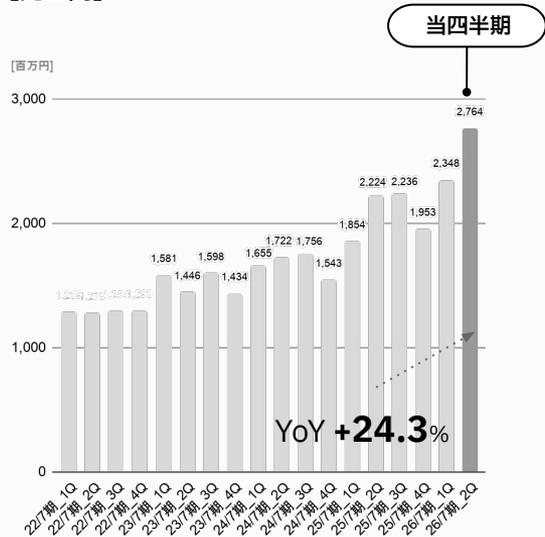


売上高は、前年同四半期から24.3%成長し、過去最高

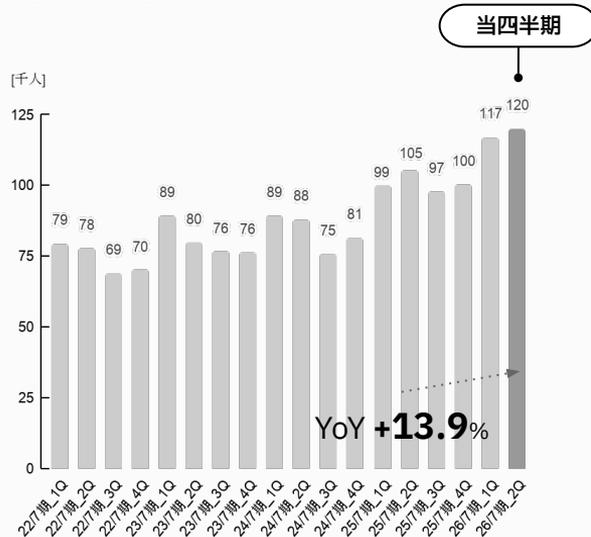
前年からのマーケティング投資によって顧客が積み上がり、購入者数も13.9%成長し過去最高

購入転換も着実に実現し、新規会員数は11.6%成長となり過去最高

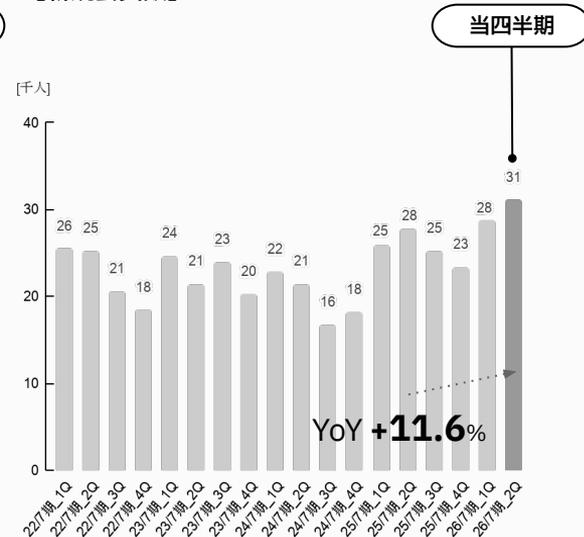
【売上高】



【購入者数】



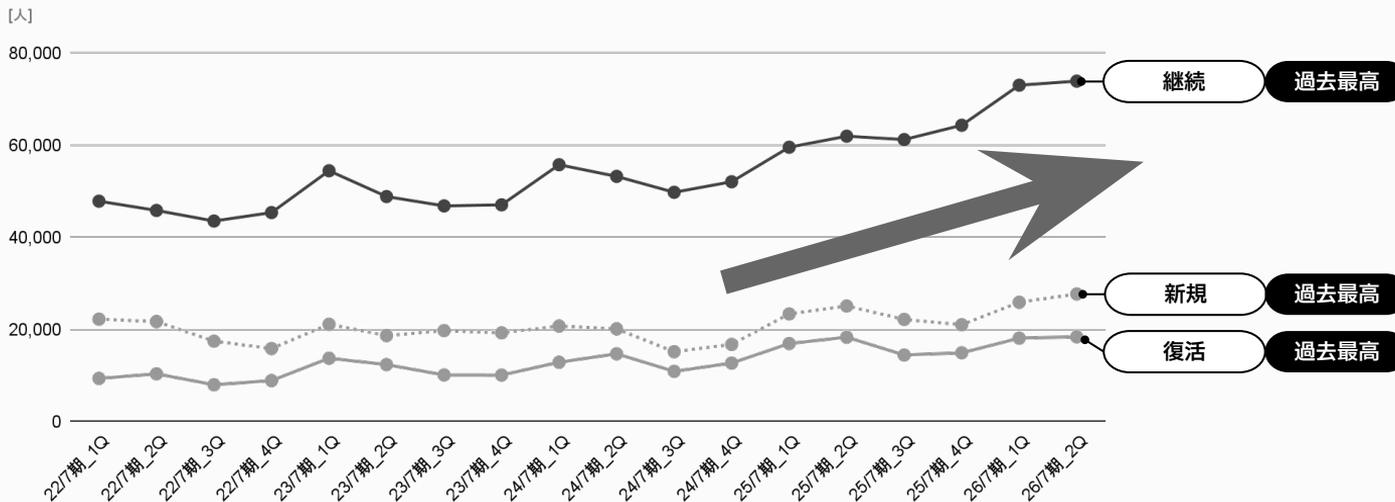
【新規会員数】



「北欧、暮らしの道具店」購入者数推移

24年7月期4Qからマーケティング投資増額を開始し、継続・復活・新規購入者すべてが24年7月期3Qを底に伸長
 マーケティング投資により獲得した顧客が着実に積み上がり、継続購入者数は過去最高を記録
 新規・復活購入者数も巣ごもり需要時期の記録を抜き過去最高を達成

▶ 新規・継続・復活購入者推移



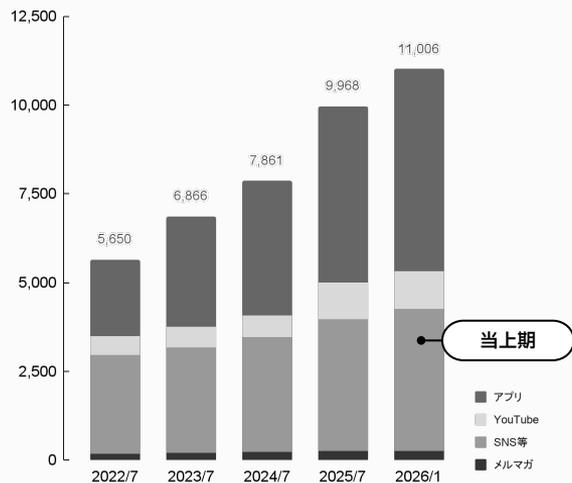
※継続：前回の買い物が1年未満の購入者
 ※復活：前回の買い物が1年以上前の購入者

プラットフォームの成長を示す最も重要な KPI であるエンゲージメントアカウント数はアプリが牽引し1,100万を突破
新規会員の獲得も進み累計会員は約84万人

これらのアセットが積み上がり、購入者数は順調に増えて記録を更新中

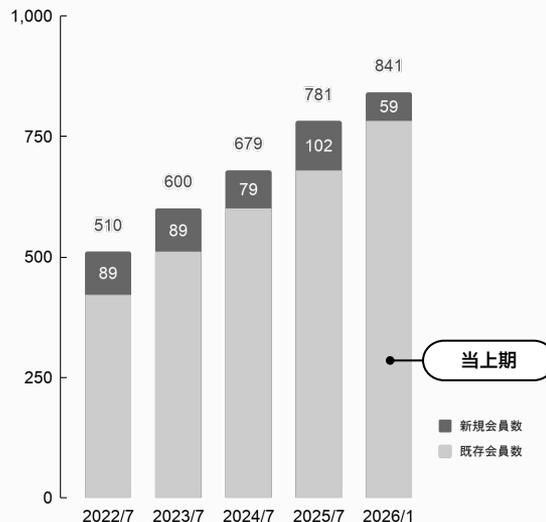
【エンゲージメントアカウント数推移】

[千アカウント]



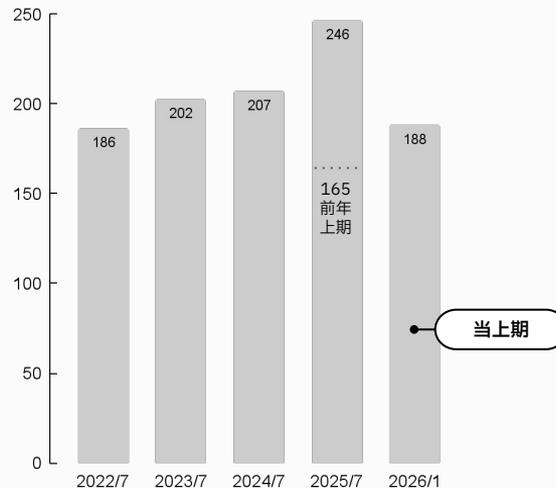
【累計会員数（うち新規会員数）推移】

[千人]



【年間購入者数※推移】

[千人]

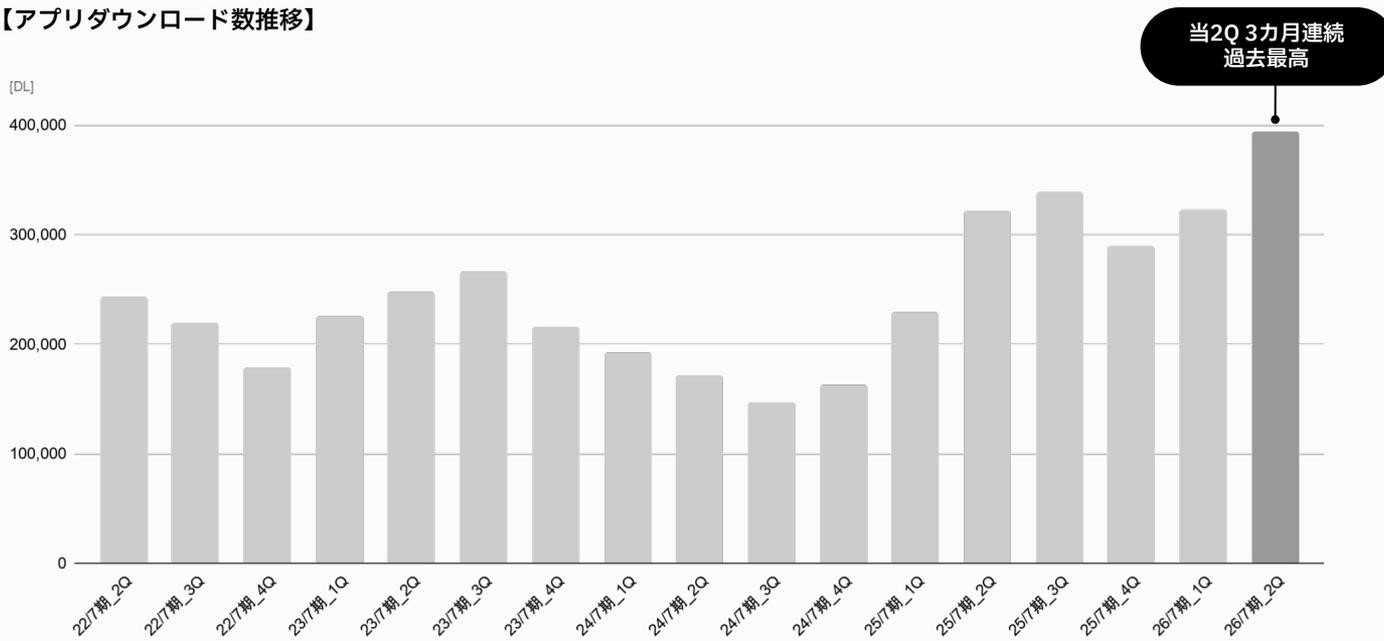


※エンゲージアカウント数に24/7からSNS等の集計にThreadsを追加
※ユニーク購入者数であり、複数回購入者は1人とカウント

アプリダウンロード数過去最高を達成

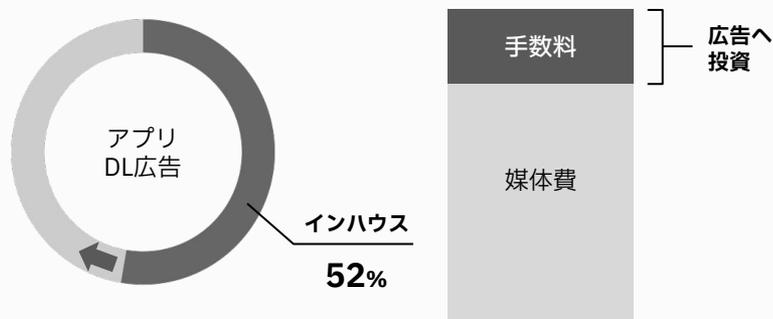
「北欧、暮らしの道具店」のアプリダウンロード数が25年11月より3カ月連続過去最高を更新。四半期としても過去最高を更新した売上の先行指標であるエンゲージメントアカウント数の増加を大きく牽引。約8割の売上がアプリ経由

【アプリダウンロード数推移】



アプリダウンロード広告は、インハウス（内製化）の割合が52%に増加。外部の代理店への業務委託手数料分を再投資可能に顧客が求める当店の世界観を理解した当社スタッフが広告素材を手がける割合が増え広告精度向上
今後もインハウス割合の増加に注力し、より高い効率を目指す

■ 外部の代理店への業務委託手数料を削減



インハウス（内製化）の割合を増加させることで、外部の代理店への業務委託手数料を削減。その分を媒体費に投じることで効率が向上。
現状52%のインハウス割合を今後増加させていくことでより高い効率を実現。

■ 当社スタッフによる一貫性のある広告素材の制作



インハウス広告においては、当社スタッフが動画を含め全ての広告素材を制作する体制。インハウス割合の増加により、顧客が求める当店の世界観を理解した当社スタッフが制作した広告配信の割合が増え、広告精度が向上。

APPENDIX

[百万円]

	2025/7期				2026/7期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	1,895	2,297	2,291	2,005	2,433	2,844
売上原価	1,085	1,237	1,258	1,096	1,378	1,539
売上総利益	810	1,060	1,033	908	1,055	1,305
売上総利益率	42.7%	46.1%	45.1%	45.3%	43.4%	45.9%
販管費	683	638	710	688	731	760
営業利益	126	421	323	219	323	545
営業利益率	6.7%	18.4%	14.1%	11.0%	13.3%	19.2%
経常利益	130	426	330	224	332	552
経常利益率	6.9%	18.6%	14.4%	11.2%	13.7%	19.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	78	276	214	146	219	366
EBITDA	144	439	341	237	341	562
EBITDAマージン	7.6%	19.1%	14.9%	11.9%	14.0%	19.8%

SHAREHOLDER RETURN POLICY

株主還元方針



株主還元方針サマリー



コンセプト

1. TSR（株主総利回り）を重視したダイナミックな株主還元
2. B/Sマネジメント（キャッシュポジション）の観点から還元可否を判断
3. 還元を行う場合には、当期フリーキャッシュフロー（FCF）の50%が上限

TSRを重視するメリット

高成長期にはキャピタルゲイン（値上がり益）、
成熟期にはインカムゲイン（配当）や自社株買いにより安定した利得が理論的には可能

2026年7月期の株主還元予定

1株当たり48円として配当予想を開示

※ 当社の株主還元方針は現在の経営環境において合理性のあるものと判断しておりますが、状況変化や期待する効果に対する今後の評価などにより適宜見直しを行い変更する可能性があります。変更する場合には、その内容等を適時に説明致します。

株主還元額の計算方法



還元をする場合、FCFの50%を上限に行う

■ 還元可否の判断

具体的なキャッシュポジションによる判断は下記とする。

A) 期末ネットキャッシュ

$$= x \text{ 期末現預金} - x \text{ 期末借入金}$$

B) 目標水準

$$= x \text{ 期販管費 (広告宣伝費除く)} \times 2$$

A > B の場合 → 還元可

A < B の場合 → 還元不可

■ 還元額の計算

還元を実施する場合、FCF_{※1}の50%_{※2}を上限として株主還元を行う。ただし還元により目標水準を下回らない範囲内とする。

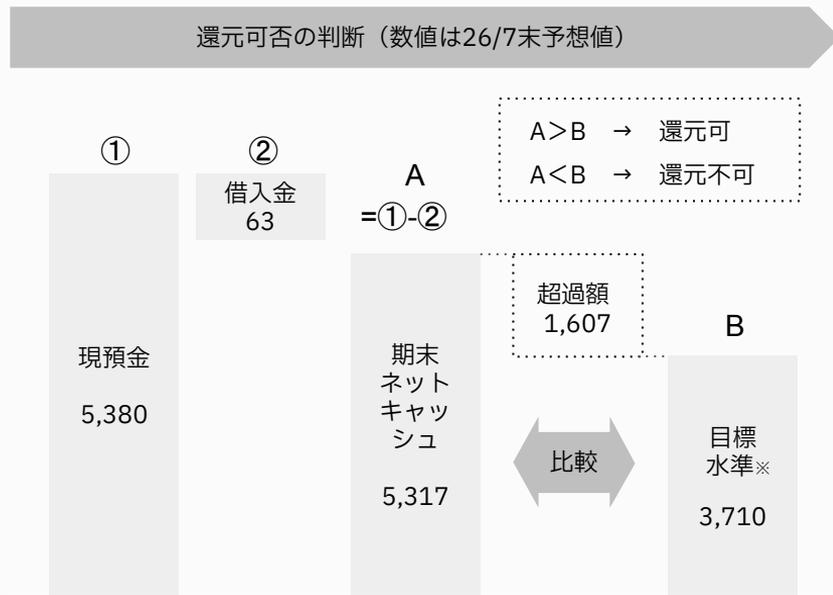
投資局面においては投資を優先する必要があるため、利益ではなく配当原資はFCFを基準とする（還元可と判断されても、FCFがマイナスの場合は還元額ゼロ）。

これにより株主還元、成長投資、内部留保による財務基盤の強化のバランスの取れた配分が可能となる。

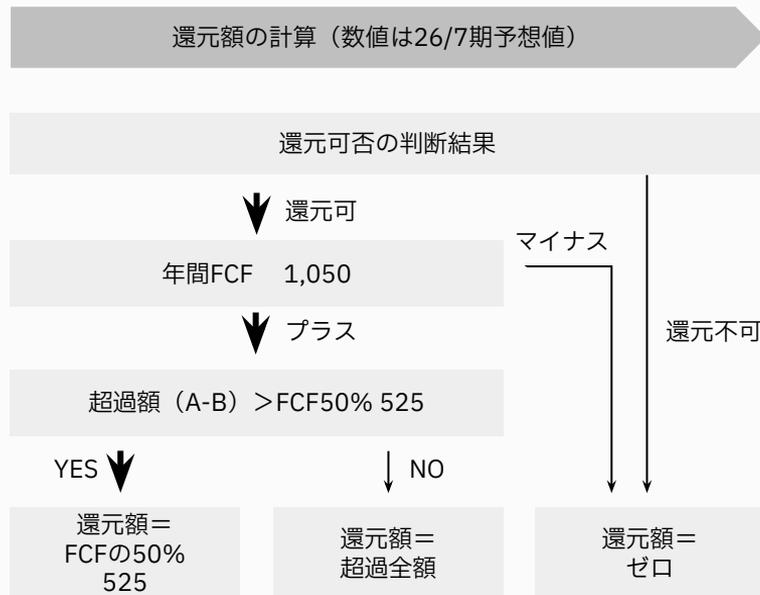
※1 FCF = x 期営業CF + x 期投資CF

※2 50%という割合は現在の成長トレンドなどを考慮し設定している。当面は継続する予定だが、成長の局面が変わった場合などには変更を検討する。

還元の可否及び還元額の計算方法 (図解)



※ 目標水準は、当期の広告宣伝費を除く販管費の2年分



還元原資をフリーキャッシュフローにしているため、幾つかの要因で配当予想が変動する可能性がある
還元方法は、配当だけでなく自己株式の取得も選択肢となるため、選択次第で配当予想に影響を及ぼす

区分	主な要因	増加	減少
還元原資の増減	営業CFの変動	想定以上の利益により営業CFが上振れた場合、還元原資は増加。	業績予想未達により営業CFが下振れた場合、還元原資は減少。
	成長投資	— (大きな投資を見込んでいないため)	現時点で見込んでいない投資機会が見つかり、投資を実行した場合には、還元原資は減少。
還元方法による変動	還元方法のバランス	全額配当した場合は、配当予想を上回る配当になる可能性がある。	自己株式取得を行った場合、残額を配当するため、配当は減少の可能性はある。

免責事項

[将来見通しに関する注意事項]

- 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- 発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これら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、当社として、その達成を約束するものではありません。当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化やお客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

[商標について]

本資料に掲載されている会社名、ロゴ、製品名、サービス名およびブランドなどは、株式会社クラシコムまたは該当する各社の登録商標または商標です。