

KURASHICOM

2026年7月期 第3四半期 決算説明資料

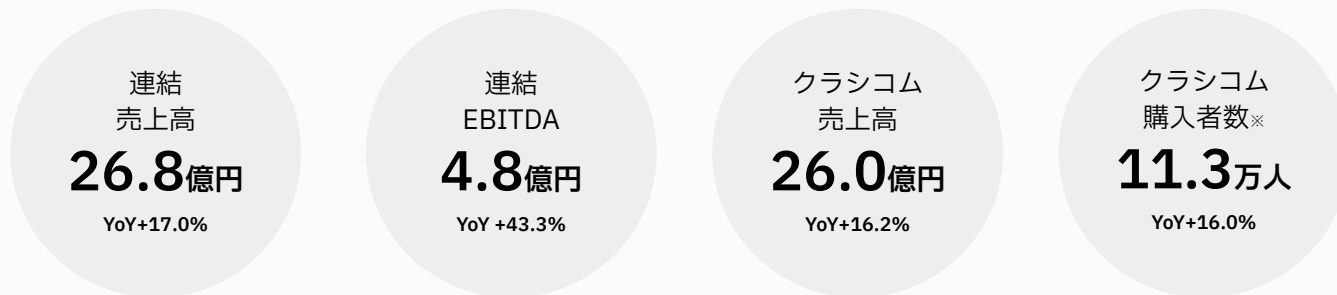
2026年6月15日 株式会社クラシコム

(証券コード：7110)

AGENDA

- 01 2026年7月期 第3四半期 決算概要および業績予想の進捗状況
- 02 2026年7月期 第3四半期 事業ハイライト

2026年7月期第3四半期業績のハイライト



- 連結売上高は好調に推移し17.0%成長、第3四半期として過去最高の26.8億円
- 売上高の高い成長により連結EBITDAも43.3%増となり、第3四半期として過去最高の4.8億円
- 「北欧、暮らしの道具店」はマーケティング投資のインハウス化も進み当3QもアプリDL数は四半期として過去最高を達成
- クラシコム売上高は16.2%成長、26.0億円で第3四半期として過去最高。購入者数も16.0%増加

01 RESULTS

2026年7月期 第3四半期 決算概要
および業績予想の進捗



連結売上高、連結EBITDAともに第3四半期として過去最高を更新

「北欧、暮らしの道具店」におけるオリジナル比率の増加もあり売上総利益率が向上

売上高販管費率の改善も進み、連結EBITDAは43.3%増の4.8億円、EBITDAマージンも18.2%と高水準

[百万円]

	当3Q実績	前3Q実績	増減	増減率
売上高	2,680	2,291	+388	+17.0%
売上原価	1,438	1,258	+180	+14.3%
売上総利益	1,241	1,033	+208	+20.2%
売上総利益率	46.3%	45.1%	-	-
販管費	770	710	+60	+8.5%
営業利益	471	323	+147	+45.8%
営業利益率	17.6%	14.1%	-	-
経常利益	481	330	+151	+46.0%
経常利益率	18.0%	14.4%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	326	214	+112	+52.5%
EBITDA	488	341	+147	+43.3%
EBITDAマージン	18.2%	14.9%	-	-

※ 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好調に推移し、売上高、EBITDAともに第3四半期として過去最高を更新
「foufou」の3Q売上高は60.3%成長。高く設定した業績予想は下回るものの、3Q累計では66.8%成長を実現

[百万円]

		当3Q実績	前3Q実績	増減	増減率
「北欧、暮らしの道具店」	売上高	2,600	2,236	+363	+16.2%
	EBITDA	492	344	+147	+42.9%
	EBITDAマージン	18.9%	15.4%	-	-
「foufou」	売上高	96	60	+36	+60.3%
	EBITDA	△0	△2	+1	-
	EBITDAマージン	△1.0%	△3.5%	-	-
連結消去	売上高	△16	△5		
	EBITDA	△2	△1		
連結	売上高	2,680	2,291	+388	+17.0%
	EBITDA	488	341	+147	+43.3%
	EBITDAマージン	18.2%	14.9%	-	-

売上高販管費率は前年同四半期比2.2%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安定して寄与
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11.4%で適切にコントロールされている

[百万円]

	当3Q実績	前3Q実績	増減	増減率	主な増減要因
広告宣伝費	304	294	+9	+3.4%	・アプリDL広告は投資対効果の基準の中で積極的に運用を継続
人件費	227	210	+16	+8.0%	・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	△0.8%	
その他	221	187	+33	+18.1%	・システム関連費用、各種業務委託の増加
計	770	710	+60	+8.5%	
売上高販管費率	28.8%	31.0%	-	-	

業績予想に対して順調な進捗

3Q終了時点で売上高はほぼ想定通りの78.0%の進捗率、各利益は想定を若干上回って推移

4Qの販売に必要な発注等は既に完了しており、世界情勢の今期業績への影響は軽微なため業績予想は変更なし

[百万円]

	3Q累計実績	通期業績予想	進捗率[%] 対業績予想
売上高	7,958	10,200	78.0%
売上総利益	3,603	4,508	79.9%
営業利益	1,340	1,453	92.3%
経常利益	1,366	1,473	92.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	913	964	94.7%
EBITDA	1,392	1,530	91.0%
EBITDAマージン	17.5%	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、今期は高い売上成長を実現できる見通し

[百万円]

		3Q累計実績	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	7,713	9,786	78.8%
	EBITDA	1,384	1,488	93.0%
	EBITDAマージン	17.9%	15.2%	-
「foufou」	売上高	292	460	63.6%
	EBITDA	12	41	29.7%
	EBITDAマージン	4.2%	9.0%	-
連結	売上高	7,958	10,200	78.0%
	EBITDA	1,392	1,530	91.0%
	EBITDAマージン	17.5%	15.0%	-

現預金は営業活動からの資金獲得が進み増加、ネットキャッシュは48.9億円と十分な水準

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とシーズン在庫量による季節変動もあり前期末から4.6億円増加しているが、健全な在庫で構成

[百万円]

	当3Q末実績	前期末実績	増減	主な増減要因
総資産	7,106	6,296	+809	
流動資産	6,510	5,654	+855	売掛金増加 +153百万円
現預金	4,971	4,728	+242	・営業キャッシュフロー +633百万円 ・配当金の支払い △353百万円
商品	1,012	547	+465	
固定資産	596	642	△45	
のれん	156	172	△16	償却
負債	1,229	979	+250	
借入金	73	103	△29	返済
その他	1,156	876	+280	・買掛金、未払金の増加 +192百万円 ・未払法人税等の増加 +58百万円
純資産	5,876	5,317	+559	・累計純利益 +913百万円 ・配当支払 △353百万円

3Q営業活動から約3億円の資金を獲得

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

[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	当3Q実績
営業活動によるキャッシュフロー	△323	+406	+241	+405	△283	+597	+319
投資活動によるキャッシュフロー	△9	△7	△0	△3	△6	0	0
財務活動によるキャッシュフロー	△138	△13	△12	△10	△363	△6	△13
現金及び現金同等物の増減	△471	+385	+227	+391	△653	+590	+306
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	4,971
フリー・キャッシュ・フロー	△333	+398	+240	+401	△290	+597	+319

1株当たりの年間配当額を従来予想比+15%の55円に上方修正

還元ルールには変更なく、当期FCFの予測を見直すとともに還元方法を検討した結果、予想額を従来48円から55円に変更



02 BUSINESS HIGHLIGHTS

2026年7月期

事業ハイライト

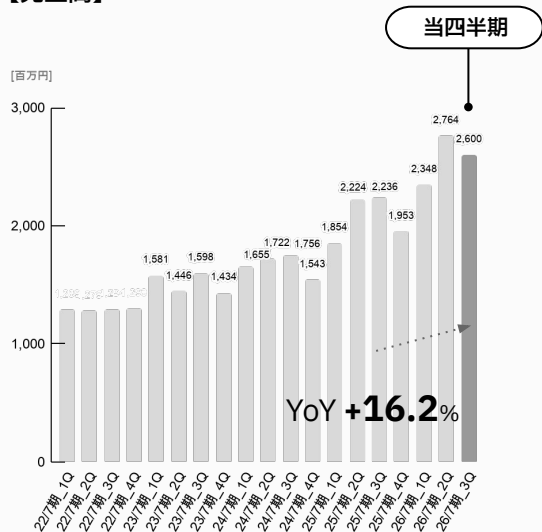


売上高は、前年同四半期から16.2%成長し、3Qとしては過去最高

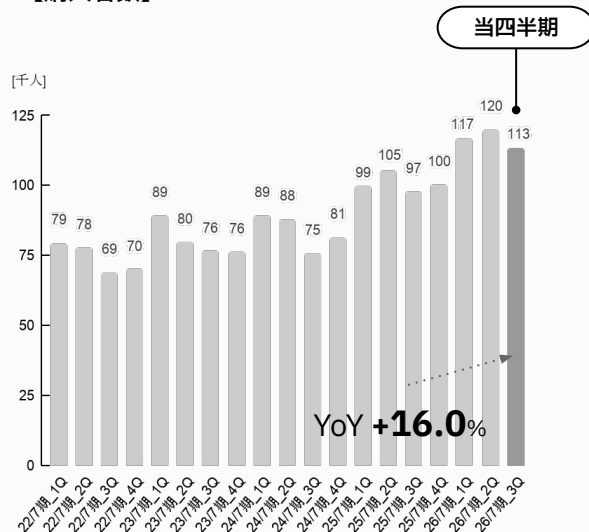
前年からのマーケティング投資によって顧客が積み上がり、購入者数も16.0%成長し3Qとしては過去最高

購入転換も着実に実現し、新規会員数は14.1%成長となり3Qとしては過去最高

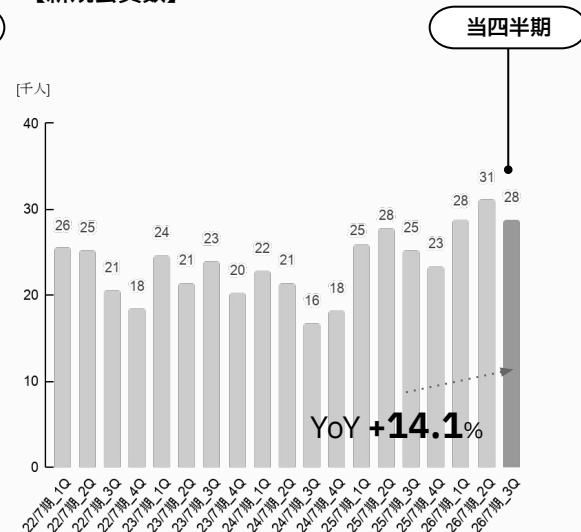
【売上高】



【購入者数】



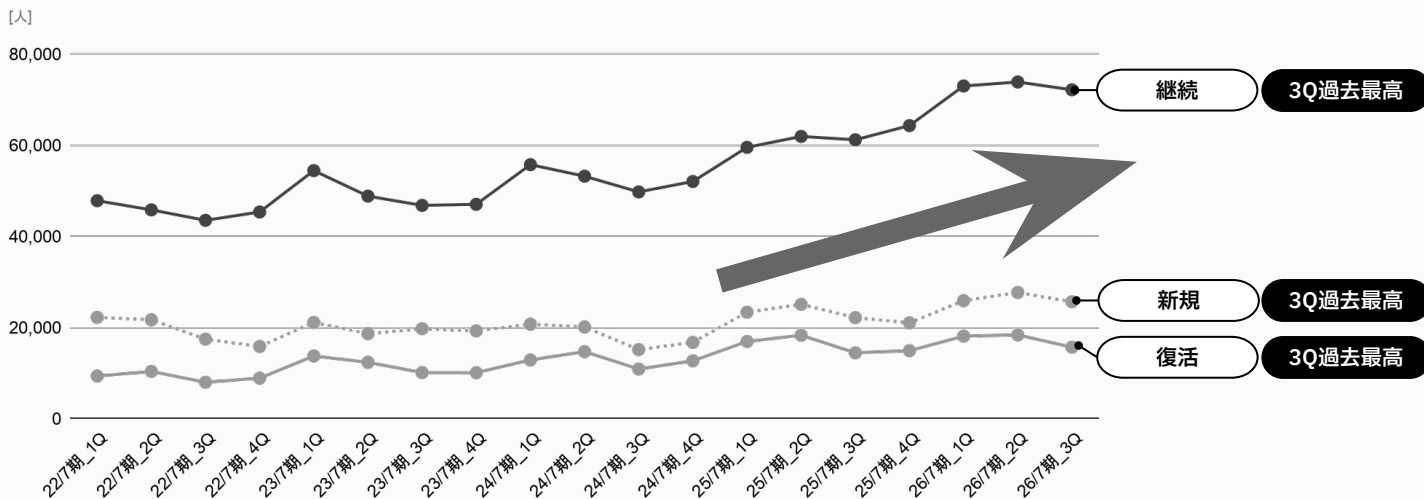
【新規会員数】



「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・新規・復活購入者数いずれも3Qとしては過去最高を達成

▶ 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



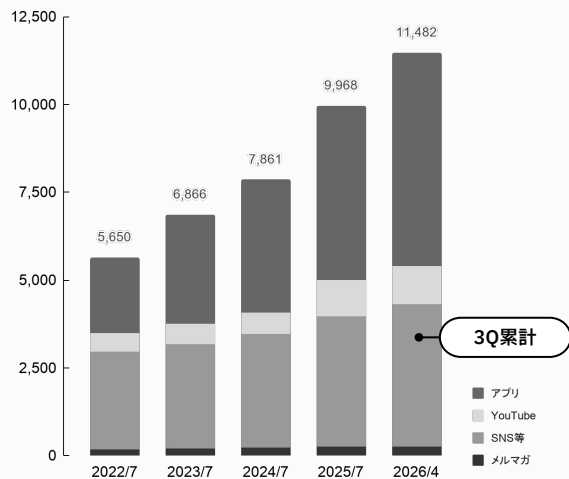
プラットフォームの成長を示す最も重要な KPI であるエンゲージメントアカウント数はアプリが牽引し1,100万を突破

新規会員の獲得も進み累計会員は約87万人

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

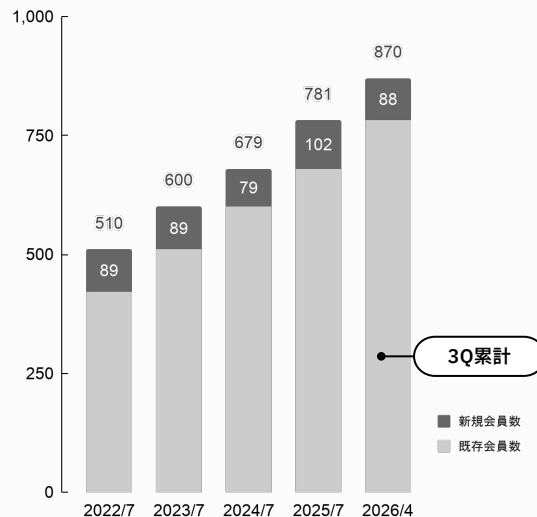
【エンゲージメントアカウント数推移】

[千アカウント]



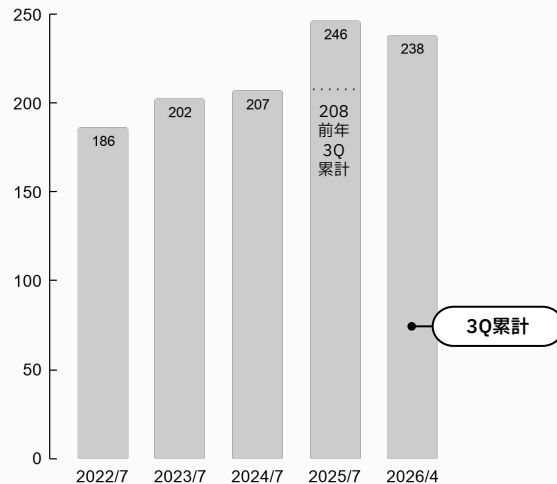
【累計会員数（うち新規会員数）推移】

[千人]



【年間購入者数※推移】

[千人]

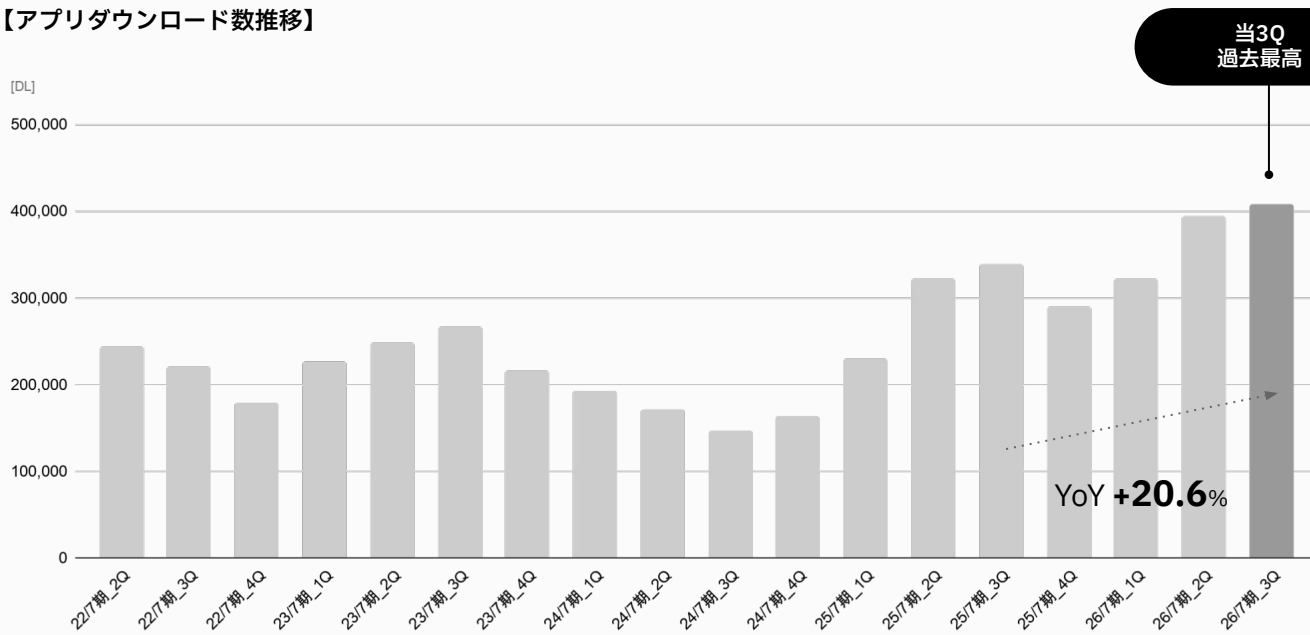


※エンゲージアカウント数に24/7からSNS等の集計にThreadsを追加
 ※ユニーク購入者数であり、複数回購入者は1人とカウント

アプリダウンロード数2期連続過去最高を達成

「北欧、暮らしの道具店」のアプリダウンロード数が四半期として2期連続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】



オリジナルドラマ『ひとりごとエプロン』Prime Videoなど定額制動画配信サービスでの配信がスタート
 韓国でもテレビ放送・デジタル配信スタート。韓国での展開は『青葉家のテーブル』に続く2作目
 タイアップドラマでの広告収入や、グッズ販売で累計1億円超の売上を実現してきたドラマの新たな可能性

■ 日本国内で見放題配信、韓国ではテレビ放送・配信がスタート

[日本] Prime Video、FOD、U-NEXT、ABEMA、Hulu、Lemino
 にて見放題配信

[韓国] テレビ放送（IPTV・衛星放送等）
 各種配信サービス（TVING、Wavve、Watcha等）にて配信

YouTube 発ドラマ『ひとりごとエプロン』

- ・ 2019年公開、YouTube累計再生回数1,700万回以上
- ・ Instagramハッシュタグ「#ひとりごとエプロン」投稿5,000件以上
- ・ DVD4,500枚完売などオリジナルグッズ売上、広告収入で累計1億円超売上
- ・ UCC「ドリップポッド」コラボレーションドラマほか、企業タイアップも

Prime Video

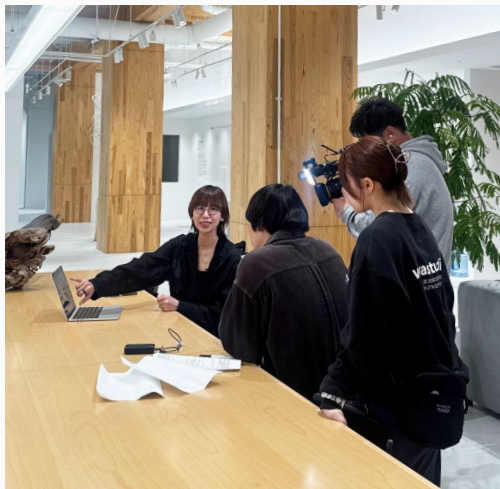
最高 **4** 位

(ドラマTV番組)



2019年の公開時より英語字幕、視聴数の20%を海外が占める。
 2022年台湾・韓国語字幕追加、2026年3月韓国での配信スタート

5/10（日）7:30～朝の情報番組 TBS系全国28局ネット「がちりマンデー！！」に「北欧、暮らしの道具店」が登場
「北欧、暮らしの道具店」の裏側と、クラシコム代表の青木と、副社長で店長の佐藤のインタビューを放送



APPENDIX

[百万円]

	2025/7期				2026/7期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	1,895	2,297	2,291	2,005	2,433	2,844	2,680
売上原価	1,085	1,237	1,258	1,096	1,378	1,539	1,438
売上総利益	810	1,060	1,033	908	1,055	1,305	1,241
売上総利益率	42.7%	46.1%	45.1%	45.3%	43.4%	45.9%	46.3%
販管費	683	638	710	688	731	760	770
営業利益	126	421	323	219	323	545	471
営業利益率	6.7%	18.4%	14.1%	11.0%	13.3%	19.2%	17.6%
経常利益	130	426	330	224	332	552	481
経常利益率	6.9%	18.6%	14.4%	11.2%	13.7%	19.4%	18.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	78	276	214	146	219	366	326
EBITDA	144	439	341	237	341	562	488
EBITDAマージン	7.6%	19.1%	14.9%	11.9%	14.0%	19.8%	18.2%

SHAREHOLDER RETURN POLICY

株主還元方針





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55円として配当予想を開示

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。

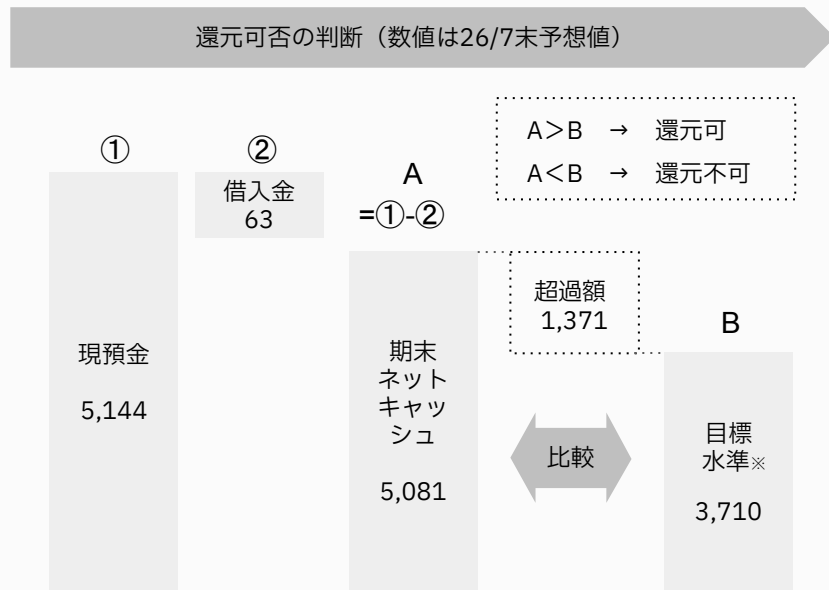
投資局面においては投資を優先する必要があるため、利益ではなく配当原資はFCFを基準とする（還元可と判断されても、FCFがマイナスの場合は還元額ゼロ）。

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。

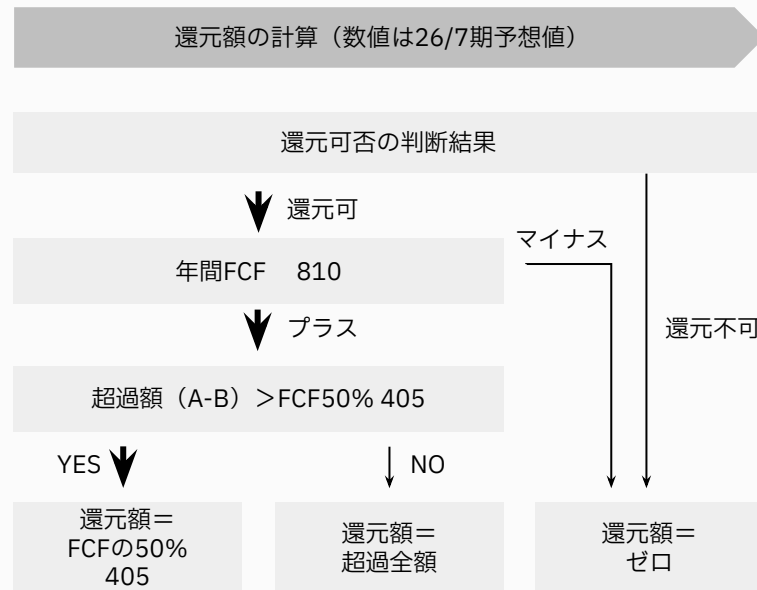
※1 FCF = x 期営業CF + x 期投資CF

※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。