

【表紙】

【提出書類】	四半期報告書
【根拠条文】	金融商品取引法第24条の4の7第1項
【提出先】	北海道財務局長
【提出日】	2020年10月15日
【四半期会計期間】	第20期第2四半期（自 2020年6月1日 至 2020年8月31日）
【会社名】	株式会社北の達人コーポレーション
【英訳名】	Kitanotatsujin Corporation
【代表者の役職氏名】	代表取締役社長 木下 勝寿
【本店の所在の場所】	札幌市中央区北一条西一丁目6番地
【電話番号】	0570-099-062（代表）
【事務連絡者氏名】	取締役管理部長 工藤 貴史
【最寄りの連絡場所】	札幌市中央区北一条西一丁目6番地
【電話番号】	0570-099-062（代表）
【事務連絡者氏名】	取締役管理部長 工藤 貴史
【縦覧に供する場所】	株式会社東京証券取引所 （東京都中央区日本橋兜町2番1号） 証券会員制法人札幌証券取引所 （札幌市中央区南一条西五丁目14番地の1）

## 第一部【企業情報】

## 第1【企業の概況】

## 1【主要な経営指標等の推移】

回次	第19期 第2四半期累計期間	第20期 第2四半期累計期間	第19期
会計期間	自2019年3月1日 至2019年8月31日	自2020年3月1日 至2020年8月31日	自2019年3月1日 至2020年2月29日
売上高 (千円)	5,055,993	4,592,280	10,093,343
経常利益 (千円)	1,390,598	1,033,810	2,923,996
四半期(当期)純利益 (千円)	947,397	717,827	1,974,824
持分法を適用した場合の投資利益 (千円)	-	-	-
資本金 (千円)	273,992	273,992	273,992
発行済株式総数 (株)	141,072,000	141,072,000	141,072,000
純資産額 (千円)	3,611,757	4,759,454	4,347,354
総資産額 (千円)	4,814,818	5,697,673	5,902,151
1株当たり四半期(当期)純利益金額 (円)	6.82	5.17	14.21
潜在株式調整後1株当たり四半期(当期)純利益金額 (円)	-	-	-
1株当たり配当額 (円)	2.1	1.8	4.3
自己資本比率 (%)	75.0	83.5	73.7
営業活動によるキャッシュ・フロー (千円)	777,569	81,547	2,142,937
投資活動によるキャッシュ・フロー (千円)	91,214	15,928	100,273
財務活動によるキャッシュ・フロー (千円)	341,120	305,319	643,498
現金及び現金同等物の四半期末(期末)残高 (千円)	3,030,701	3,847,403	4,088,384

回次	第19期 第2四半期会計期間	第20期 第2四半期会計期間
会計期間	自2019年6月1日 至2019年8月31日	自2020年6月1日 至2020年8月31日
1株当たり四半期純利益金額 (円)	4.05	2.37

(注) 1. 当社は四半期連結財務諸表を作成しておりませんので、連結会計年度に係る主要な経営指標等の推移については記載しておりません。

2. 売上高には、消費税等は含まれておりません。

3. 持分法を適用した場合の投資利益については、関連会社が存在しないため記載しておりません。

4. 潜在株式調整後1株当たり四半期(当期)純利益金額については、潜在株式が存在しないため記載しておりません。

## 2【事業の内容】

当第2四半期累計期間において、当社が営む事業の内容について、重要な変更はありません。

## 第2【事業の状況】

### 1【事業等のリスク】

当第2四半期累計期間において、新たに発生した事業等のリスクはありません。

また、前事業年度の有価証券報告書に記載した事業等のリスクについての重要な変更はありません。

### 2【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】

文中の将来に関する事項は、当四半期会計期間の末日現在において判断したものであります。

#### (1) 経営成績の状況

##### (事業概要)

当社は、主にインターネット上で一般消費者向けに自社オリジナルブランドの健康美容商品等を販売する「Eコマース事業」を展開しております。

##### 商品戦略

当社は、「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、顧客ニーズに対して具体的に効果を体感しやすくリピート使用されやすいものだけを商品化しております。購入者による満足度を最も重視しており、試作品のモニター調査を徹底して行い、当社が設けている基準値をクリアしたものだけを商品化するという手順を踏んでおります。さらに、独自に設けた750項目の品質チェックをすべて通過したものだけが商品化されるため、実際に発売に至る商品は開発案件のわずか2%に留まりますが、品質を最重要視しており圧倒的な顧客満足度を追求しております。

近年、当社商品に対する男性からの需要が高まってきたことを受け、男性の肌質や体質に特化した男性向け商品の開発にも注力しており、当第2四半期累計期間においては既に2商品を発売しております。男性化粧品市場は約1,200億円規模にまで成長し、今後もさらなる成長が見込まれております(株式会社富士経済「化粧品マーケティング要覧 2020 No. 2」2020年3月26日)。こうした市場にアプローチすべく、今後も継続的に男性向け商品の開発にも努めてまいります。

なお、当社は従来「1商品で10億円~20億円の売上高を目指せるニッチマーケット」商品を中心に展開してまいりましたが、今後は「高い利益率を維持したまま1商品で50億円~100億円規模の売上高を目指せるマスマーケット」に向けた商品開発を行ってまいります。

##### 販売戦略

Eコマース事業においては、採算性を度外視して広告投資を拡大すれば一時的に売上高を伸ばせる側面がありますが、財務基盤を強化しつつ持続的な成長を図るため、当社では売上高以上に利益を重要な業績評価指標としております。

採算性の高い効率的な広告投資を実現するため、受注1件当たりには要する広告宣伝費の指標であるCPO(注1)と、顧客が将来もたらす売上高の予測額であるLTV(注2)との関連性を計算のうえ、必要利益から逆算して受注1件当たりには使用可能な広告宣伝費の上限として上限CPOを設定しております。当社の場合、これまでの膨大なデータを基にLTVを正確に算出するスキルを有しており、かつ投資した広告宣伝費の投資効率が最適になるよう、商品ごとに上限CPOを設けております。「目標CPO」ではなくあくまでも「上限CPO」であるため、広告の出稿基準が明確となり、出稿された広告は上限CPOを超えると採算性が低いと判断され瞬時に広告出稿が停止されます。これにより、採算性の高い広告のみが残る仕組みとなっております。

次に、当社では常時5,000本程度の広告を出稿しており、それらを広告媒体・広告原稿・キーワードに加え、時間帯・曜日・年代等様々な分類に細分化したうえで、CPOをデイリーで算出し管理しております。このような詳細かつタイムリーなCPO管理は、広告代理店等への外部委託では対応できないため、当社では「広告宣伝費を抑えたうえで効率的に新規獲得すること」を目的に独自に開発した「広告最適化のための分析・運用システム(以下、「自社広告システム」)」を用いて自社で管理しております。

また、売上原価や広告宣伝費だけではなく、人件費等の間接費をABC(注3)により集計したうえで、商品ごとに当社独自の5段階利益を用いて管理しております。これにより、「売上高は伸びているものの利益が出ていない商品」「売上高の伸び以上に利益が出ている商品」を可視化できることはもちろん、利益率が下がった際にどの商品のどの段階に問題が生じているのかを適時に判断できる仕組みを構築しております。

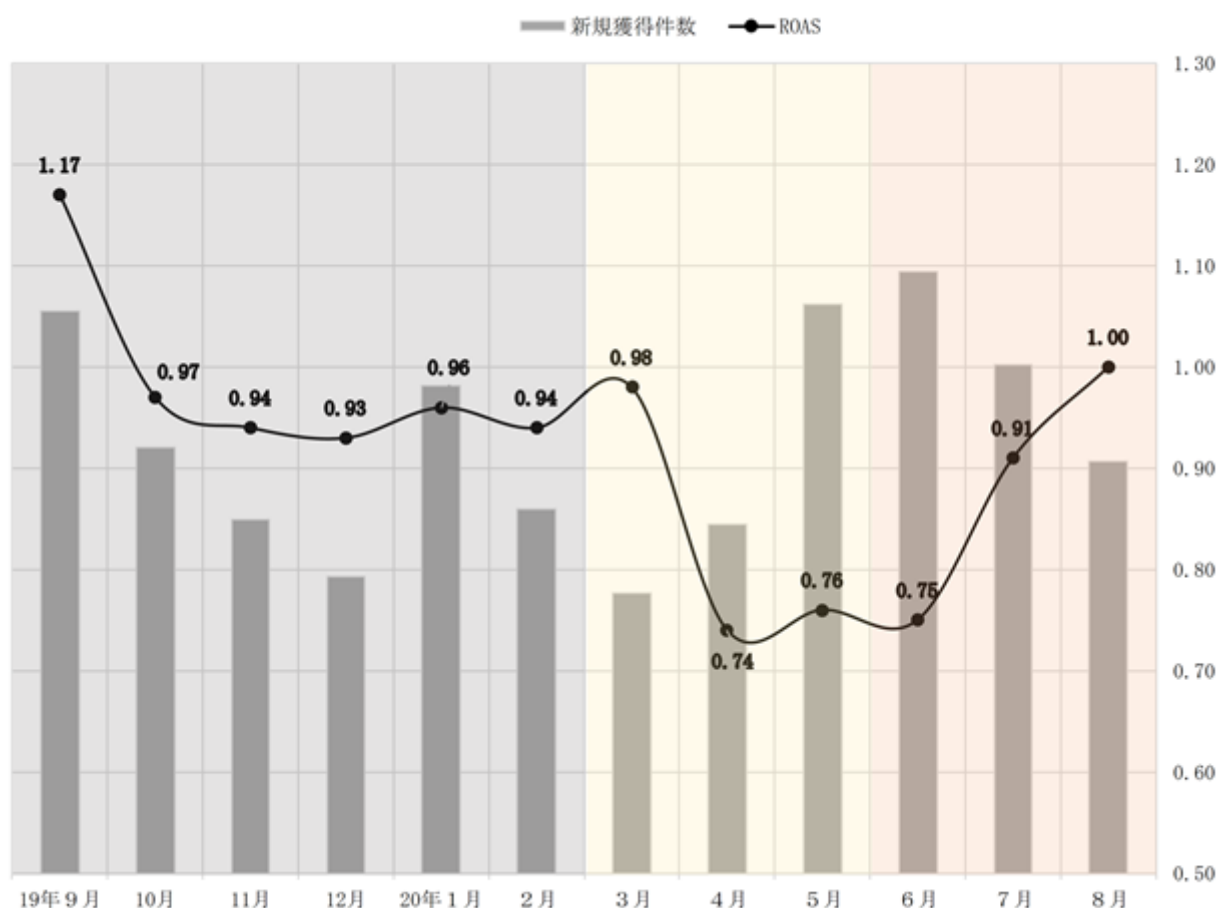
以上のように高い品質の商品を徹底した管理のもと販売しており、これに加えて、定期購入型のビジネスモデルを採用しているため、継続的に購入していただけることで安定成長する収益構造を実現しております。

(サマリー)

	2021年2月期 第2四半期累計期間			2020年2月期 第2四半期累計期間
	業績予想(計画)	実績	業績予想 (計画)比	
売上高 (千円)	4,345,840	4,592,280	246,439	5,055,993
売上総利益 (千円)	3,264,776	3,462,954	198,178	3,851,951
販売管理費 (千円)	2,034,926	2,432,591	397,664	2,461,150
広告宣伝費 (千円)	1,010,379	1,355,718	345,338	1,515,060
営業利益 (千円)	1,229,849	1,030,362	199,486	1,390,800
経常利益 (千円)	1,230,036	1,033,810	196,225	1,390,598
四半期純利益 (千円)	832,119	717,827	114,291	947,397

当第2四半期累計期間においては、当初計画を上回る広告投資を行ったことで新規獲得件数が想定よりも増加したため、売上高は2020年4月14日に公表いたしました当初予想を上回る4,592,280千円となりました。一方、各段階利益につきましては、当初計画以上に広告投資を行ったこと、さらに広告投資効率の指標であるROAS(注4)が4月から6月にかけて低下したことにより当初予想を下回る結果となりました。

(新規獲得件数)



前事業年度後半における新規獲得件数推移につきましては、クリエイティブ部門(ユーザーの購買意欲を高められるような広告、販売ページ等を制作する部門)の整備や教育が追い付かなかったこと、2019年10月の消費増税による個人消費の落ち込みや新型コロナウイルス感染症拡大による消費マインドの冷え込み等により、件数を大きく落としました。

当第2四半期累計期間の新規獲得件数及びROASの変動要因につきましては、以下のとおりです。

2020年3月	新型コロナウイルス感染症の拡大による経済全体への影響の懸念によって消費マインドが冷え込んだことにより、新規獲得件数が大幅に減少。ROASについては高水準で推移。
2020年4月	上限CPO引き上げの実施等により、新規獲得件数は増加したものの依然低水準で推移。ROASについては、獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性、並びに、上限CPOの引き上げによる広告宣伝費の増加により大幅に低下。
2020年5月、6月	LINEやBuzzVideo等の大手広告媒体への広告出稿を開始したこと、アフィリエイト（注5）による獲得が好調だったこと、前月に引き続き上限CPOを引き上げたことにより、新規獲得件数が大幅に増加し、2019年9月頃の高水準まで回復。一方でROASについては獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性、上限CPOの引き上げにより引き続き低水準で推移。
2020年7月、8月	上限CPOの引き上げはROASを低下させ、結果として利益を圧迫していると判断したため、上限CPOを従前の算出方法に戻したことにより、新規獲得件数は減少。一方で採算性は改善したためROASは高水準まで回復。

直近は2020年3月のような最悪期を脱してはいるものの抜本的な課題である「クリエイティブ部門の強化」の解決には至っていないため、今後も継続的にクリエイティブ部門をはじめとする集客部門の改革に努めるとともに、大手広告媒体への広告出稿や動画広告の活用等を本格化させ、引き続き新規獲得件数の拡大を目指してまいります。

#### （広告投資）

月次	2020年3月	2020年4月	2020年5月	2020年6月	2020年7月	2020年8月
広告宣伝費	158,277千円	204,000千円	261,410千円	309,636千円	240,375千円	182,018千円
ROAS	0.98	0.74	0.76	0.75	0.91	1.00

Eコマース事業を手掛ける企業において、広告宣伝費は将来の売上高及び利益をもたらす新規顧客を獲得するための先行投資のような性質があり、当社では上限CPOを設定したうえで積極的に広告宣伝費への投資を行っており、当第2四半期累計期間の広告宣伝費は当初計画を345,338千円上回る1,355,718千円となっております。

一方、Eコマース事業においては、採算性を度外視して広告投資を拡大すれば一時的に売上高を伸ばせる側面があるため、ROASの管理が非常に重要となります。

2020年3月のROASは前事業年度と同様に高水準で推移したものの、2020年4月以降は前事業年度と比較して大幅に低下いたしました。「上限CPOの範囲内でのみ投資を行う」基本方針は変わってはいないものの、ROASの低下を引き起こした要因として「獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性」と「上限CPOの設定ミス」の2つが挙げられます。

1つ目の「獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性」についてですが、当社が商品ごとに設けている上限CPOは、当該商品のLTVを基に算出されます。LTVは商品の特長（アプローチする悩み）によってそれぞれ大きく異なっており、また商品単価とLTVは必ずしも相関するわけではなく「商品Aよりも商品Bの方が販売単価は高いが、LTVは商品Aの方が高く商品Bよりも上限CPOを高く設定できる」ケースがあります。さらに、LTVの高い商品は新規獲得時において割引等の施策を行っても投資回収が見込めるため、新規獲得件数の増加を目的に積極的に割引施策を打ち出します。このような「商品単価は低い上限CPOを高く設定できる商品」の新規獲得が好調だった場合、新規販売単価は低くなりROASは低下しますが、LTVが高く将来的な利益回収が見込まれます。当第2四半期累計期間においては、こうした商品における施策が好調で新規獲得件数も増加したことでROASは低下しましたが、今後の売上高及び利益に貢献するものと考えております。

2つ目の「上限CPOの設定ミス」についてですが、当社の場合、インターネット上の広告経由（広告宣伝費を要する注文）での新規獲得が大半を占めておりますが、なかには検索エンジン経由やモール経由等の「広告宣伝費を要さない注文」も一定数存在します。過去の動向から「広告宣伝費を要さない注文」は、商品認知度の向上すなわち広告出稿量の増加に比例して増加するものと分析し、これらを加味し新しい係数を組み込んだうえで上限CPOを算出いたしました。これにより上限CPOが引き上がったものの、結果的には広告出稿量と「広告宣伝費を要さない注文」の相関関係は薄く、「上限CPOの設定が高すぎる状態」のまま広告出稿を行ってまいりました。加えて、前事業年度において生じた課題である「クリエイティブ部門の強化」に取り組んでいる最中であり、集客体制における根本的な実力不足により、上限CPOを引き上げたにもかかわらず、上げ幅に見合うほどの新規獲得件数増加を図れなかったことも影響しております。

2020年4月から6月にかけては、こうした2つの要因により新規獲得件数は増加したもののROASが低調のまま推移したことで、当第2四半期累計期間においては利益を圧迫する結果となりました。

なお、2020年7月及び2020年8月につきましては、前事業年度までの上限CPO算出方法に戻した結果、ROASが前事業年度水準まで回復しております。しかし、新規獲得件数は反比例して落ち込んだため、今後の成長には「高いROASを維持したまま、新規獲得件数を増加させる」必要があり、そのためにはクリエイティブ部門の強化が急務となります。

#### ( 定期顧客へのアプローチ )

当社はこれまで、新規顧客を獲得し定期顧客数を増加させることで業績を拡大してまいりましたが、当第2四半期累計期間においては既存の定期顧客へのアプローチも本格的に実施いたしました。

具体的には、クロスセル(注6)やアップセル(注7)を推進した結果、特にクロスセルにおいては当第2四半期累計期間におけるクロスセル発生率が推進前と比較すると1.3%から8.8%にまで向上しており、こうした施策によりLTVが向上する等の一定の成果が出ております。

また、定期顧客の継続率を高めるための取り組みにも注力しております。「効果を実感できない」「使い切る前に次の商品が届くため使い切れず余っている」といった解約理由のなかには、使用量や使用頻度等の使用方法を誤っているケースが一定数存在します。正しい使用方法でないためにご満足いただけていなかったケースについても細やかに対応し継続して使用することで本来の効果を体感していただけるよう、開発者としての専門知識をベースに社内専門スタッフの知識向上や電話の応対品質向上を図ったうえで、専門の窓口を開設いたしました。窓口開設後、定期コースの継続を希望する顧客は、開設前と比較すると8.0%から14.1%にまで向上しております。今後もこのような取り組みを通して、顧客満足度及び定期顧客の継続率向上に努めてまいります。

#### ( その他施策 )

当第2四半期累計期間においては、数事業年度前まで当社の新規獲得方法の柱であったアフィリエイトの活用に再び注力すべく、専門チームによるアフィリエイト事業者へのアプローチに取り組んでおり、取り組み後のアフィリエイトによる獲得件数は、取り組み前と比較すると約1.7倍まで増加しております。今後も取り扱う商品数や広告稼働媒体を拡大させ、アフィリエイトの強みや特徴を活かし新規獲得件数の増加を図ってまいります。

また、Amazonをはじめとするショッピングモールにおける販売も強化しており、従来とは異なるインターネット購買層の獲得を図っております。さらに、男性向けファッション誌を含めた雑誌広告や一部地域ではありますが地上波でのテレビ広告等、当社が従来手掛けてきたウェブ広告以外の手法による広告配信にも取り組んでおり、インターネットでは商品を購入しない層にもアプローチを行っております。

このほかにも、「現在当社商品を購入されている方」「過去に購入していたが解約された方」「当社商品を認知はしているが購入には至らなかった方」等へのヒアリング会を実施いたしました。購入動機や解約理由、購入に至らなかった理由等の生の声をいただき、クリエイティブの改善や顧客満足度の向上に努めております。

今後も事業拡大に向け、様々な施策を打ち出してまいります。

#### ( 海外事業展開 )

前事業年度において着実に売上高を拡大した台湾支社につきましては、新型コロナウイルス感染症の拡大による消費マインドの冷え込みが日本以上に厳しく、売上高の成長が鈍化しておりますが、台湾支社の売上高が全体に占める割合は低く、当社全体の業績に与える影響は軽微であります。

当第2四半期累計期間においては、取り扱う商品数の増加、デザイナーを含む台湾出身の専任担当者の複数名採用及び教育の実施、新規広告媒体の調査等、今後の台湾支社の拡大に向けた体制整備に着手しており、さらに台湾以外のアジア圏への進出につきましても準備を進めております。今後も新型コロナウイルス感染症の拡大状況や収束時期を注視しつつ、海外事業の拡大に向けてさらに注力してまいります。

## (商品関連)

当第2四半期累計期間における新商品の展開につきましては、下記のとおりです。

商品名	発売日	商品概要
CHEEK PORE PATCH チークポアパッチ	2020年3月31日	チークポアゾーン(頬の毛穴密集地帯)の悩みに焦点を当て、毛穴引き締め成分等を配合したマイクロニードル化粧品。「ディープパッチシリーズ」の第4弾。 想定顧客層:加齢による頬の毛穴目立ちにお悩みの40代~60代の女性 価格:約1ヵ月分 定価4,422円(税別)
PEEL SHOT ピールショット	2020年5月26日	男性の肌質に特化したシミ対策ピーリングジェル。一般化粧品では使用できない「シミ対策」「美白」等の直接的な効果表現ができる医薬部外品(薬用化粧品)。メンズライン(男性向け商品)の第3弾。 想定顧客層:シミでお悩みの40代以降の中老年男性 価格:約1ヵ月分 定価4,422円(税別)
HARISHU ハリシュ	2020年8月17日	男性の顔のたるみに特化したエイジングケアミストローション。メンズラインの第4弾。 想定顧客層:顔のたるみでお悩みの50代~60代の男性 価格:約1ヵ月分 定価4,422円(税別)

既存商品につきましては、国際品評会「モンドセレクション2020」におきまして、13商品が最高金賞をはじめとする各賞を受賞いたしました。

さらに、当第2四半期会計期間末後の2020年9月10日には、自社ブランド「北の快適工房」が販売する「ディープパッチシリーズ」がマイクロニードル化粧品市場において売上世界No.1(注8)であるとしてギネス世界記録™認定を受け、その認定式が執り行われました。

## (社外からの評価及びメディア掲載実績)

当第2四半期累計期間における社外からの評価及びメディアへの掲載実績につきましては、下記のとおりです。

2020年3月24日	日本経済新聞全国版の「従業員1人あたりの営業利益の5年間平均が高い中堅上場企業(NEXT1000)」において4位にランクイン。
2020年5月12日	成長意欲の高い若手ビジネスパーソンをターゲットとしたウェブメディア「新R25」において「不況を乗り越える達人。」として掲載。
2020年8月21日	金融情報誌「ダイヤモンド・ザイ」2020年10月号の「最強日本株 2020年・夏の陣」特集において、アナリストによる推奨銘柄として掲載。
2020年8月28日	米国の経済誌Forbesアジア版、フォーブス アジア2020年8月号にて掲載の「Asia's 200 Best Under A Billion(優良小型上場企業)」に3年連続4度目の選出。

## (コーポレートガバナンス体制)

専務取締役管理部長清水重厚氏が、前事業年度における定時株主総会終結の時をもって退任いたしました。

それに伴い、経営体制の強化を図るために取締役を増員することとし、同定時株主総会において取締役3名(うち、社外取締役1名)を選任いたしました。

## (知的財産権保護)

当社は、「競合・模倣対策室」を中心に、当社及び他社の知的財産権を尊重することや、公正な競争環境において事業活動を推進することに努めております。

その一環として、株式会社はぐくみプラス(以下、「はぐくみプラス社」)による品質誤認表示の差止めを求め、東京地方裁判所にはぐくみプラス社に対する仮処分命令の申立てを行いました。本件は、はぐくみプラス社が当社商品『カイテキオリゴ』の競合品であるはぐくみプラス社商品「はぐくみオリゴ」に関するSNS広告において「身体の中から免疫力アップでコロナウイルス対策」等と表示する行為が品質誤認表示に該当し、これによって当社の営業上の利益が侵害され、又は侵害されるおそれがあるとして、不正競争防止法に基づいて、同表示行為の差止めを求めたものです。

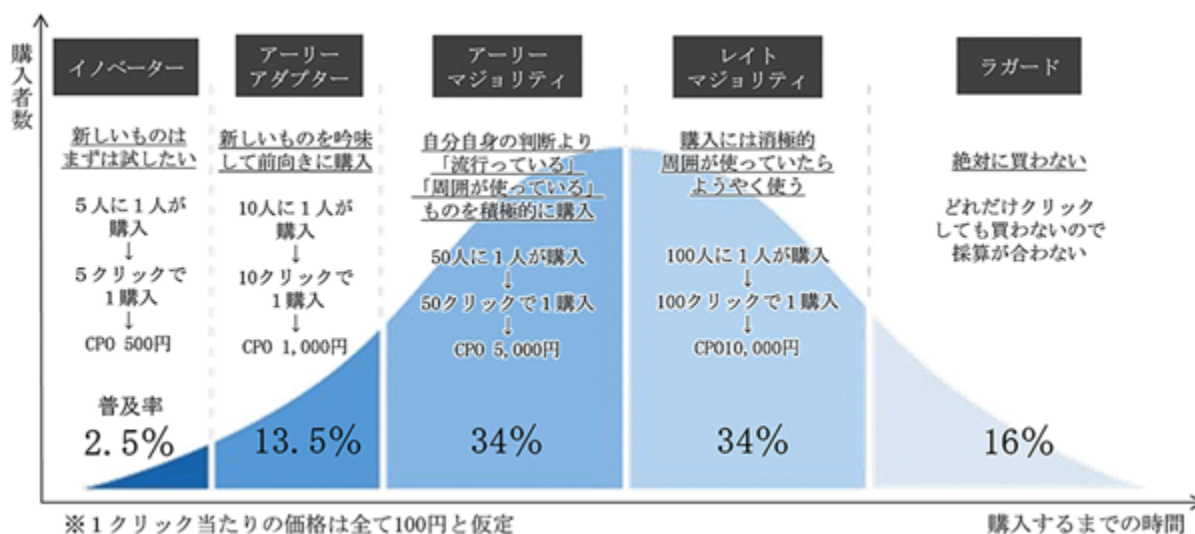
なお、本件につきましては、2020年6月4日に当社の主張がほぼ全面的に受け入れられ、裁判上の和解が成立いたしました。

今後も、「競合・模倣対策室」を中心として、当社の知的財産権の侵害、又は公正な競争環境を害する行為に対しては、法的措置を含む適切な対応を行ってまいります。

(課題への取り組み)

当社は、2021年2月期を足元の課題解決とともに中長期的成長を睨んだ内部組織体制立て直しの1年と位置付けており、特に前事業年度において生じた課題の解消、「クリエイティブ部門の強化」及び「商品開発部門の強化」に注力しております。

売上高及び利益のさらなる拡大のためには、将来の定期会員となる新規顧客の獲得が必須となります。ただし、CPOと新規獲得件数は「収穫逓減の法則」(注9)に当てはまり、通常新規獲得件数が増加するに従いCPOが高くなる性質があります。



上記グラフは、消費者を5つの層に分類することにより、新しい商品やサービスがどのように市場に普及していくのかを分析した「イノベーター理論」による消費者分布です。

当社はこれまで、イノベーター層からアーリーアダプター層を一定程度獲得してまいりましたが、獲得のハードルが上がるアーリーマジョリティ層以降の獲得に苦戦している状況です。これらの層を獲得するには、クリエイティブによって購買意欲を高める必要がありますが、クリエイティブ部門のスキルが追いついておりません。よって、前事業年度において採用した高いスキルと豊富な経験を有している経験者による教育体制を構築し、社内教育を急ピッチで進めております。また、引き続き経験者の採用強化に努めており、特に短期間で業績への貢献が期待できる即戦力となる経験者の採用のため、当社代表取締役社長木下勝寿が積極的に「WEBマーケティング」をテーマとしたSNSでの情報発信や講演、セミナーを行い、業界内における当社の認知度向上を図っております。その結果、実績のある経験者や経営経験を有している等ハイレベルな人材の応募が増加しており、今後の経験者の採用に手応えを感じております。

こうした「販売力」の強化に加えて、「商品力」を高めるため商品開発部門の強化にも努めております。商品数及び商品の市場規模に比例して、イノベーター層からアーリーアダプター層までの数も増加します。当社はこれまで「1商品で10億円～20億円の売上高を目指すニッチマーケット」商品を開発してまいりましたが、前事業年度において「1商品の売上高を40億円～50億円に育てるノウハウ」を培ったため、今後は「高い利益率を維持したまま1商品で50億円～100億円規模の売上高を目指すマスマーケット」商品を複数展開してまいります。マスマーケット商品をいかに多く発売できるかが業績に大きな影響を与えるため、大手化粧品メーカー出身者等の採用を強化するとともに、開発商品ジャンルの拡大、さらに商品開発の判断基準となる市場調査方法のブラッシュアップ等、マスマーケット商品を開発すべく努めております。

「クリエイティブ部門の強化」及び「商品開発部門の強化」を通じて、次なる目標である売上高1,000億円・営業利益300億円を早期に達成できるように努めてまいりますが、こうした課題の解消はすぐに成果として現れるものではないと認識しておりますので、今後も継続して取り組んでまいります。

(注1) CPO

Cost Per Orderの略で、受注1件当たりにかかる広告宣伝費の金額。

(注2) LTV

Life Time Valueの略で、顧客がもたらす生涯売上高の金額。

(注3) ABC

Activity Based Costingの略で、活動基準原価計算。間接費を、稼働時間等の基準に基づいて各商品のコストとしてできるだけ正確に配賦することによって、販売活動等のコストを正確に把握する原価計算手法。



(注4) ROAS

Return On Advertising Spendの略で、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。100万円を広告宣伝費に使用し、90万円の売上を上げた場合のROASは0.90。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5) アフィリエイト

ウェブ広告手法の一つであり、媒体主(アフィリエイター)が運営するブログやウェブサイト等の媒体に、広告主の商品やサービスについての広告を掲載し、閲覧者がそのリンクを経由して商品を購入した場合に広告主が媒体主に手数料(報酬)を支払う仕組み。

(注6) クロスセル

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。

(注7) アップセル

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、若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。

(注8) 売上世界No. 1

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(ヒアロディーブパッチ、ミケンディーブパッチ、オデコディーブパッチの合算売上)(Largest micro-needle cosmetic skin patch brand) 2019年3月~2020年2月の年間売上\$45,082,226。

(注9) 収穫逡減の法則

一定の条件の下で、ある生産要素を増加させると生産量は全体として増加するが、その増加分は次第に小さくなるという法則。

(2) 財政状態の分析

(資産)

当第2四半期会計期間末における資産合計は5,697,673千円となり、前事業年度末に比べ204,477千円減少いたしました。これは主に現金及び預金が240,980千円、売掛金が87,385千円、投資その他の資産が41,686千円減少した一方で、たな卸資産が173,365千円増加したこと等によるものであります。

(負債)

当第2四半期会計期間末における負債合計は938,218千円となり、前事業年度末に比べ616,578千円減少いたしました。これは主に買掛金が27,455千円、未払金が46,571千円、未払法人税等が427,729千円、未払消費税等が59,626千円、株主優待引当金が46,574千円減少したこと等によるものであります。

(純資産)

当第2四半期会計期間末における純資産合計は4,759,454千円となり、前事業年度末に比べ412,100千円増加いたしました。これは四半期純利益の計上により利益剰余金が717,827千円増加した一方で、剰余金の配当により利益剰余金が305,726千円減少したことによるものであります。

(3) キャッシュ・フローの状況

当第2四半期会計期間末における現金及び現金同等物(以下「資金」という)は、前事業年度末に比べ240,980千円減少し、3,847,403千円となりました。

当第2四半期累計期間における各キャッシュ・フローの状況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)

当第2四半期累計期間において営業活動の結果増加した資金は、81,547千円(前年同期は777,569千円の増加)となりました。この主な要因は、税引前四半期純利益1,033,776千円、売上債権の減少87,385千円が生じた一方で、株主優待引当金の減少46,574千円、たな卸資産の増加173,365千円、仕入債務の減少27,455千円、未払金の減少43,044千円、法人税等の支払額686,975千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)

当第2四半期累計期間において投資活動の結果減少した資金は、15,928千円(前年同期は91,214千円の減少)となりました。この要因は、有形固定資産の取得による支出10,048千円、無形固定資産の取得による支出5,879千円が生じたこと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)

当第2四半期累計期間において財務活動の結果減少した資金は、305,319千円(前年同期は341,120千円の減少)となりました。この要因は、配当金の支払額305,319千円が生じたことによるものであります。

(4) 経営方針・経営戦略等

当第2四半期累計期間において、当社が定めている経営方針・経営戦略等について重要な変更はありません。

(5) 事業上及び財務上の対処すべき課題

当第2四半期累計期間において、当社が対処すべき課題について重要な変更はありません。

(6) 研究開発活動

該当事項はありません。

(7) 経営成績に重要な影響を与える要因

当第2四半期累計期間において、経営成績に重要な影響を与える要因について重要な変更はありません。

(8) 資本の財源及び資金の流動性についての分析

当第2四半期累計期間において、資本の財源及び資金の流動性について重要な変更はありません。

### 3【経営上の重要な契約等】

当第2四半期会計期間において、経営上の重要な契約等の決定又は締結等はありません。

## 第3【提出会社の状況】

## 1【株式等の状況】

## (1)【株式の総数等】

## 【株式の総数】

種類	発行可能株式総数(株)
普通株式	480,000,000
計	480,000,000

## 【発行済株式】

種類	第2四半期会計期間末現在発行数(株) (2020年8月31日)	提出日現在発行数(株) (2020年10月15日)	上場金融商品取引所名 又は登録認可金融商品 取引業協会名	内容
普通株式	141,072,000	141,072,000	東京証券取引所 (市場第一部) 札幌証券取引所	完全議決権株式であり、株主としての権利内容に何ら限定のない当社における標準となる株式であります。 また、1単元の株式数は100株となっております。
計	141,072,000	141,072,000	-	-

## (2)【新株予約権等の状況】

## 【ストックオプション制度の内容】

該当事項はありません。

## 【その他の新株予約権等の状況】

該当事項はありません。

## (3)【行使価額修正条項付新株予約権付社債券等の行使状況等】

該当事項はありません。

## (4)【発行済株式総数、資本金等の推移】

年月日	発行済株式総数増減数 (株)	発行済株式総数残高(株)	資本金増減額 (千円)	資本金残高 (千円)	資本準備金増減額 (千円)	資本準備金残高 (千円)
2020年6月1日～ 2020年8月31日	-	141,072,000	-	273,992	-	253,992

## (5) 【大株主の状況】

2020年8月31日現在

氏名又は名称	住所	所有株式数 (株)	発行済株式(自己株式を除く。)の総数に対する所有株式数の割合(%)
木下 勝寿	北海道札幌市中央区	72,055,400	51.85
株式会社日本カストディ銀行	東京都中央区晴海1丁目8-12	5,664,900	4.08
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051 (常任代理人 株式会社みずほ銀行 決済営業部)	240 GREENWICH STREET, NEW YORK, NY 10286, U.S.A. (東京都港区港南2丁目15-1)	4,919,500	3.54
THE BANK OF NEW YORK 133652 (常任代理人 株式会社みずほ銀行 決済営業部)	RUE MONTOYERSTRAAT 46, 1000 BRUSSELS, BELGIUM (東京都港区港南2丁目15-1)	3,466,700	2.49
日本マスタートラスト信託銀行株式 会社	東京都港区浜松町2丁目11番3号	2,134,300	1.54
木下 浩子	北海道札幌市中央区	1,756,800	1.26
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505038 (常任代理人 香港上海銀行東京支 店 カストディ業務部)	HANGATAN 12, S-10371 STOCKHOLM SWEDEN (東京都中央区日本橋3丁目11-1)	1,673,300	1.20
JP MORGAN CHASE BANK 385632 (常任代理人 株式会社みずほ銀行 決済営業部)	25 BANK STREET, CANARY WHARF, LONDON, E14 5JP, UNITED KINGDOM (東京都港区港南2丁目15-1)	1,005,700	0.72
J.P. MORGAN BANK LUXEMBOURG S.A. 1300000 (常任代理人 株式会社みずほ銀行 決済営業部)	EUROPEAN BANK AND BUSINESS CENTER 6, ROUTE DE TREVES, L-2633 SENNINGERBERG, LUXEMBOURG (東京都港区港南2丁目15-1)	612,753	0.44
JP MORGAN CHASE BANK 380055 (常任代理人 株式会社みずほ銀行 決済営業部)	270 PARK AVENUE, NEW YORK, NY 10017, UNITED STATES OF AMERICA (東京都港区港南2丁目15-1)	574,700	0.41
計	-	93,864,053	67.54

(注) 1. 上記のほか、自己株式が2,105,200株あります。

2. 上記の所有株式数のうち、信託業務に係る株式数は次のとおりであります。

株式会社日本カストディ銀行 5,664,900株

日本マスタートラスト信託銀行株式会社 2,134,300株

## ( 6 ) 【議決権の状況】

## 【発行済株式】

2020年8月31日現在

区分	株式数(株)	議決権の数(個)	内容
無議決権株式	-	-	-
議決権制限株式(自己株式等)	-	-	-
議決権制限株式(その他)	-	-	-
完全議決権株式(自己株式等)	普通株式 2,105,200	-	-
完全議決権株式(その他)	普通株式 138,955,500	1,389,555	-
単元未満株式	普通株式 11,300	-	-
発行済株式総数	141,072,000	-	-
総株主の議決権	-	1,389,555	-

## 【自己株式等】

2020年8月31日現在

所有者の氏名又は名称	所有者の住所	自己名義所有株式数(株)	他人名義所有株式数(株)	所有株式数の合計(株)	発行済株式総数に対する所有株式数の割合(%)
株式会社北の達人コーポレーション	札幌市中央区北一条西一丁目6番地	2,105,200	-	2,105,200	1.49
計	-	2,105,200	-	2,105,200	1.49

## 2 【役員の状況】

該当事項はありません。

## 第4【経理の状況】

### 1．四半期財務諸表の作成方法について

当社の四半期財務諸表は、「四半期財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関する規則」（平成19年内閣府令第63号）に基づいて作成しております。

### 2．監査証明について

当社は、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき、第2四半期会計期間（2020年6月1日から2020年8月31日まで）及び第2四半期累計期間（2020年3月1日から2020年8月31日まで）に係る四半期財務諸表について、清明監査法人による四半期レビューを受けております。

### 3．四半期連結財務諸表について

当社は子会社がありませんので、四半期連結財務諸表を作成しておりません。

## 1【四半期財務諸表】

## (1)【四半期貸借対照表】

(単位：千円)

	前事業年度 (2020年2月29日)	当第2四半期会計期間 (2020年8月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	4,088,384	3,847,403
売掛金	561,149	473,763
製品	720,420	935,438
仕掛品	29,381	26
原材料及び貯蔵品	79,822	67,525
その他	45,864	36,319
貸倒引当金	3,775	3,188
流動資産合計	5,521,246	5,357,288
固定資産		
有形固定資産	109,344	107,426
無形固定資産	23,352	26,437
投資その他の資産	248,207	206,521
固定資産合計	380,905	340,384
資産合計	5,902,151	5,697,673
<b>負債の部</b>		
流動負債		
買掛金	224,929	197,474
未払金	378,907	332,335
未払法人税等	717,834	290,104
未払消費税等	72,145	12,519
前受金	3,157	11,891
販売促進引当金	63,168	53,540
株主優待引当金	46,574	-
返品調整引当金	13,111	12,263
その他	34,968	28,088
流動負債合計	1,554,797	938,218
負債合計	1,554,797	938,218
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金	253,992	253,992
利益剰余金	4,254,943	4,667,044
自己株式	435,574	435,574
株主資本合計	4,347,354	4,759,454
純資産合計	4,347,354	4,759,454
負債純資産合計	5,902,151	5,697,673



## (2)【四半期損益計算書】

## 【第2四半期累計期間】

(単位：千円)

	前第2四半期累計期間 (自 2019年3月1日 至 2019年8月31日)	当第2四半期累計期間 (自 2020年3月1日 至 2020年8月31日)
売上高	5,055,993	4,592,280
売上原価	1,200,631	1,130,173
売上総利益	3,855,362	3,462,106
返品調整引当金戻入額	14,344	13,111
返品調整引当金繰入額	17,756	12,263
差引売上総利益	3,851,951	3,462,954
販売費及び一般管理費	2,461,150	2,432,591
営業利益	1,390,800	1,030,362
営業外収益		
受取利息	6	41
サンプル売却収入	193	117
講演料収入	29	429
受取弁済金	1,325	375
助成金収入	-	3,563
その他	100	1
営業外収益合計	1,655	4,529
営業外費用		
支払利息	47	-
為替差損	1,810	1,081
その他	-	0
営業外費用合計	1,857	1,081
経常利益	1,390,598	1,033,810
特別損失		
固定資産売却損	-	33
固定資産除却損	30	-
本社移転費用	2,650	-
特別損失合計	2,680	33
税引前四半期純利益	1,387,917	1,033,776
法人税、住民税及び事業税	434,933	274,268
法人税等調整額	5,586	41,680
法人税等合計	440,520	315,949
四半期純利益	947,397	717,827

## (3)【四半期キャッシュ・フロー計算書】

(単位：千円)

	前第2四半期累計期間 (自 2019年3月1日 至 2019年8月31日)	当第2四半期累計期間 (自 2020年3月1日 至 2020年8月31日)
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税引前四半期純利益	1,387,917	1,033,776
減価償却費	11,709	10,794
貸倒引当金の増減額(は減少)	915	587
販売促進引当金の増減額(は減少)	5,045	9,628
株主優待引当金の増減額(は減少)	38,051	46,574
返品調整引当金の増減額(は減少)	3,411	847
為替差損益(は益)	2,234	1,286
受取利息及び受取配当金	6	41
支払利息	47	-
固定資産売却損	-	33
固定資産除却損	30	-
本社移転費用	2,650	-
売上債権の増減額(は増加)	61,745	87,385
たな卸資産の増減額(は増加)	10,446	173,365
その他の資産の増減額(は増加)	108,653	9,544
仕入債務の増減額(は減少)	1,235	27,455
未払金の増減額(は減少)	56,383	43,044
前受金の増減額(は減少)	136	8,734
その他の負債の増減額(は減少)	60,362	81,529
小計	1,097,834	768,481
利息及び配当金の受取額	6	41
利息の支払額	47	-
法人税等の支払額	317,573	686,975
本社移転費用の支払額	2,650	-
営業活動によるキャッシュ・フロー	777,569	81,547
<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	80,372	10,048
無形固定資産の取得による支出	2,081	5,879
差入保証金の差入による支出	20,363	-
差入保証金の回収による収入	12,104	-
資産除去債務の履行による支出	500	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	91,214	15,928
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
長期借入金の返済による支出	63,898	-
配当金の支払額	277,222	305,319
財務活動によるキャッシュ・フロー	341,120	305,319
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,179	1,280
現金及び現金同等物の増減額(は減少)	343,055	240,980
現金及び現金同等物の期首残高	2,687,645	4,088,384
現金及び現金同等物の四半期末残高	3,030,701	3,847,403

## 【注記事項】

(四半期財務諸表の作成にあたり適用した特有の会計処理)

該当事項はありません。

(四半期貸借対照表関係)

該当事項はありません。

(四半期損益計算書関係)

販売費及び一般管理費のうち主要な費用及び金額は次のとおりであります。

	前第2四半期累計期間 (自 2019年3月1日 至 2019年8月31日)	当第2四半期累計期間 (自 2020年3月1日 至 2020年8月31日)
広告宣伝費	1,515,060千円	1,355,718千円
貸倒引当金繰入額	915千円	587千円
販売促進引当金繰入額	5,045千円	9,628千円

(四半期キャッシュ・フロー計算書関係)

現金及び現金同等物の四半期末残高と四半期貸借対照表に掲記されている科目の金額との関係

	前第2四半期累計期間 (自 2019年3月1日 至 2019年8月31日)	当第2四半期累計期間 (自 2020年3月1日 至 2020年8月31日)
現金及び預金勘定	3,030,701千円	3,847,403千円
現金及び現金同等物	3,030,701千円	3,847,403千円

## (株主資本等関係)

前第2四半期累計期間(自 2019年3月1日 至 2019年8月31日)

## 1. 配当金支払額

決議	株式の種類	配当金の総額 (千円)	1株当たり 配当額 (円)	基準日	効力発生日	配当の原資
2019年5月28日 定時株主総会	普通株式	277,933	2.0	2019年2月28日	2019年5月29日	利益剰余金

2. 基準日が当第2四半期累計期間に属する配当のうち、配当の効力発生日が当第2四半期会計期間の末日  
後となるもの

決議	株式の種類	配当金の総額 (千円)	1株当たり 配当額 (円)	基準日	効力発生日	配当の原資
2019年10月15日 取締役会	普通株式	291,830	2.1	2019年8月31日	2019年11月13日	利益剰余金

## 3. 株主資本の金額の著しい変動

該当事項はありません。

当第2四半期累計期間(自 2020年3月1日 至 2020年8月31日)

## 1. 配当金支払額

決議	株式の種類	配当金の総額 (千円)	1株当たり 配当額 (円)	基準日	効力発生日	配当の原資
2020年5月28日 定時株主総会	普通株式	305,726	2.2	2020年2月29日	2020年5月29日	利益剰余金

2. 基準日が当第2四半期累計期間に属する配当のうち、配当の効力発生日が当第2四半期会計期間の末日  
後となるもの

決議	株式の種類	配当金の総額 (千円)	1株当たり 配当額 (円)	基準日	効力発生日	配当の原資
2020年10月15日 取締役会	普通株式	250,140	1.8	2020年8月31日	2020年11月12日	利益剰余金

## 3. 株主資本の金額の著しい変動

該当事項はありません。

(持分法損益等)

該当事項はありません。

(企業結合等関係)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

前第2四半期累計期間(自 2019年3月1日 至 2019年8月31日)及び当第2四半期累計期間(自 2020年3月1日 至 2020年8月31日)

当社は、主にインターネット上で一般消費者向けに健康美容商品等を販売する単一事業であるため、記載を省略しております。

## (1株当たり情報)

1株当たり四半期純利益金額及び算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	前第2四半期累計期間 (自 2019年3月1日 至 2019年8月31日)	当第2四半期累計期間 (自 2020年3月1日 至 2020年8月31日)
1株当たり四半期純利益金額	6円82銭	5円17銭
(算定上の基礎)		
四半期純利益金額(千円)	947,397	717,827
普通株主に帰属しない金額(千円)	-	-
普通株式に係る四半期純利益金額(千円)	947,397	717,827
普通株式の期中平均株式数(株)	138,966,800	138,966,800

(注) 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益金額については、潜在株式が存在しないため記載しておりません。

## (重要な後発事象)

該当事項はありません。

## 2【その他】

## (1) 中間配当

2020年10月15日開催の取締役会において、当期中間配当に関し、次のとおり決議いたしました。

(イ) 配当金の総額.....250,140千円

(ロ) 1株当たりの金額.....1円80銭

(ハ) 支払請求の効力発生日及び支払開始日.....2020年11月12日

(注) 2020年8月31日現在の株主名簿に記載又は記録された株主に対し、支払いを行います。

## (2) 訴訟

2020年7月15日提出の第1四半期報告書において記載した訴訟についての重要な変更はありません。

## 第二部【提出会社の保証会社等の情報】

該当事項はありません。

独立監査人の四半期レビュー報告書

2020年10月15日

株式会社北の達人コーポレーション  
取締役会 御中

## 清明監査法人

指定社員 公認会計士 北倉 隆一 印  
業務執行社員

指定社員 公認会計士 島貫 幸治 印  
業務執行社員

当監査法人は、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき、「経理の状況」に掲げられている株式会社北の達人コーポレーションの2020年3月1日から2021年2月28日までの第20期事業年度の第2四半期会計期間（2020年6月1日から2020年8月31日まで）及び第2四半期累計期間（2020年3月1日から2020年8月31日まで）に係る四半期財務諸表、すなわち、四半期貸借対照表、四半期損益計算書、四半期キャッシュ・フロー計算書及び注記について四半期レビューを行った。

## 四半期財務諸表に対する経営者の責任

経営者の責任は、我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表の作成基準に準拠して四半期財務諸表を作成し適正に表示することにある。これには、不正又は誤謬による重要な虚偽表示のない四半期財務諸表を作成し適正に表示するために経営者が必要と判断した内部統制を整備及び運用することが含まれる。

## 監査人の責任

当監査法人の責任は、当監査法人が実施した四半期レビューに基づいて、独立の立場から四半期財務諸表に対する結論を表明することにある。当監査法人は、我が国において一般に公正妥当と認められる四半期レビューの基準に準拠して四半期レビューを行った。

四半期レビューにおいては、主として経営者、財務及び会計に関する事項に責任を有する者等に対して実施される質問、分析的手続その他の四半期レビュー手続が実施される。四半期レビュー手続は、我が国において一般に公正妥当と認められる監査の基準に準拠して実施される年度の財務諸表の監査に比べて限定された手続である。

当監査法人は、結論の表明の基礎となる証拠を入手したと判断している。

## 監査人の結論

当監査法人が実施した四半期レビューにおいて、上記の四半期財務諸表が、我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表の作成基準に準拠して、株式会社北の達人コーポレーションの2020年8月31日現在の財政状態並びに同日をもって終了する第2四半期累計期間の経営成績及びキャッシュ・フローの状況を適正に表示していないと信じさせる事項がすべての重要な点において認められなかった。

## 利害関係

会社と当監査法人又は業務執行社員との間には、公認会計士法の規定により記載すべき利害関係はない。

以 上

(注) 1. 上記は四半期レビュー報告書の原本に記載された事項を電子化したものであり、その原本は当社（四半期報告書提出会社）が別途保管しております。

2. XBR Lデータは四半期レビューの対象には含まれていません。