2021年２月期
第１四半期
決算補足説明資料

証券コード：2930
株式会社北の達人コーポレーション
2020年７月15日

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

エグゼクティブサマリー

■売上高は2,268百万円（前年同期比▲5.0%）
営業利益は561百万円（前年同期比＋1.4%）で着地

■３・４月は新型コロナウイルスの影響はあったものの、
上限CPO引き上げ施策等により５月の新規獲得件数は
2019年10月消費増税前の水準に戻る

■定期顧客に対するクロスセル施策や継続促進のための
応対品質向上によって、LTVの向上に一定の成果

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

目次

1. 会社概要及び事業概要（p.4～）
2. 2021年2月期 第1四半期ハイライト（p.11～）
3. 現状認識と今後について（p.28～）
4. 参考資料（p.31～）

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

会社概要及び事業概要

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

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
【　資　本　金　】２億7,399万円（2020年５月末日現在）
【役員・従業員等】172名（2020年５月末日現在）
【　　設　　立　　】2002年５月１日
【　　上　　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

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

事業概要

実感主義に基づく商品開発

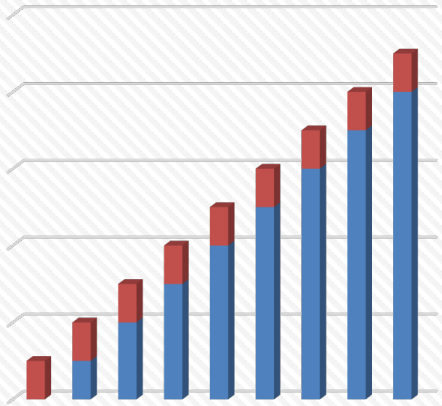
- インターネット販売に特化した独自の商品開発基準として750項目を設定し徹底したモニター調査を行う
- この基準を満たし発売できるのは開発案件の２％で、「びっくりするほど良い商品」ができたときだけ発売
- 化粧品、健康食品、雑貨等、お客様の具体的なニーズに応える自社オリジナル商品を展開中（全33商品）

北の快適工房 J NORTH FARM　北の快適工房 J NORTH FARM BEAUTY　北の快適工房 MEN

D2C※×サブスクリプション

- 安定的に伸びるビジネスモデル
- 売上高の約7割が定期購入

※D2Cとは、Direct to Consumerの略で、自社商品をECサイトを用いて直接消費者に販売する仕組み。

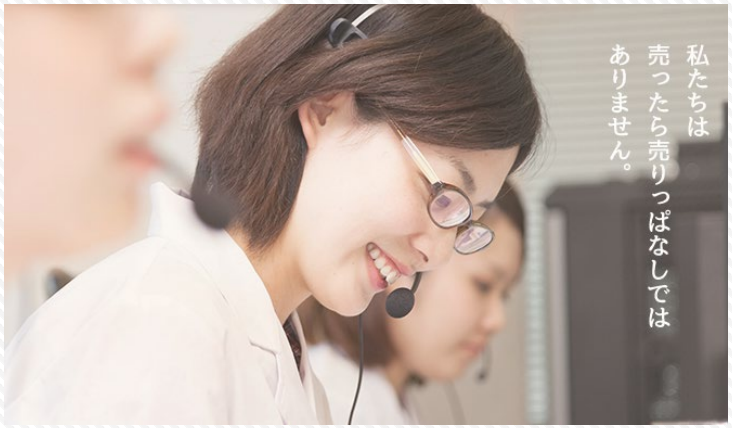


赤色…新規売上
青色…定期売上

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

徹底した顧客フォロー

開発者としての専門知識をベースに
社内専門スタッフによる細やかな
アフターフォロー



広告最適化システム

①日々蓄積するデータを解析しLTV※を算出
②広告費の上限として商品ごとに上限CPO※を設定
③常時5,000本程度出稿している広告を様々なセグメントに細分化しデイリーでCPOを算出・管理
④上限CPOを超えた広告は自動でストップ

⇒利益の出る広告だけが残る仕組みを内製化

※LTVとは、Life Time Valueの略で、顧客がもたらす生涯売上高の金額
CPOとは、Cost Per Orderの略で、受注１件当たりに要する広告宣伝費の金額
例、広告費100万円で新規獲得人数100人だったらCPOは１万円

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

５段階利益管理 ～利益を「商品ごと」に５段階で可視化～

商品ごとの粗利益

注文ごとに必ずかかるコスト

粗利－注文連動費＝純粗利（造語）

純粗利－販促費＝販売利益（造語）

商品ごとの人件費

	全商品合計	商品① ×	商品② △	商品③ ◎
売上高	10,000	6,000	3,000	1,000
利益①売上総損益（粗利）	4,400	2,500	1,200	700
注文連動費（同封物・付属品・決済手数料 配送費・梱包資材等）	600	300	200	100
利益②純粗利	3,800	2,200	1,000	600
販促費（主に広告費）	1,800	1,500	200	100
利益③販売利益	2,000	700	800	500
ABC（Activity Based Costing）	200	100	50	10
利益④ABC利益	1,800	600	750	490
運営費（家賃や間接業務人件費等）	700	420	210	70
利益⑤商品ごと営業利益	1,100	180	540	420
商品ごと営業利益率	11%	3%	18%	42%

・商品①は売上は上がっているがそれは販促費をかけているためであり、利益はあまり上がっていない。
　商品③は売上は低いが粗利率が高く、ABCもかかっていないので利益がかなり出ている。
　しかしABCが低いものは社内で話題にならないので見過ごされがちになる。
・この利益管理を徹底することでマスマーケットでも高い営業利益率を維持することが可能になる。
・2020年２月期の実績では、従業員１人当たり営業利益2,332万円、ROE54.2%、営業利益率28.9%

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

「刺す化粧品」シリーズ 大ヒット 累計販売枚数 約1,700万枚※1

※1 2020年3月末日時点（自社調べ）

【第１弾】	目の下やほうれい線専用の『ヒアロディープパッチ』
【第２弾】	眉間専用の『ミケンディープパッチ』
【第３弾】	額専用の『オデコディープパッチ』
【第４弾】	チークポアゾーン※2 専用の『チークポアパッチ』

※2 頬の毛穴密集地帯

【特徴】

・医療にも用いられるマイクロニードル技術を応用
・針状に固めた美容成分を直接肌に刺す新発想の化粧品（「刺す化粧品」）
・マイクロニードル化粧品市場で、価格・品質の面で圧倒的地位を確立

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

機能性表示食品『カイテキオリゴ』

家庭用オリゴ糖食品 全国売上日本一※1
便秘傾向者の便通を改善する（排便量・排便回数を増やす）

※1 日本能率協会総合研究所調べ(2016年5月)。日本国内で市販されている家庭用商品で、「オリゴ、オリゴ糖」を含む粉末、顆粒、シロップ状の商品を対象とした前年度までの年間販売額にて

・モンドセレクション９回受賞
（最高金賞８回 金賞１回 2012年～2020年）
・2019年５月には機能性表示食品の届出が受理
→日本初となる５種類もの便通改善成分を含む機能性表示食品
広告表現の幅が広がることで、今後の売上拡大が見込まれる
・お子様専用商品『おこさま用カイテキオリゴ』を
2019年２月より発売

27秒に１個売れている『アイキララ』※2

※2 2018年９月７日時点（自社調べ）

・モンドセレクション金賞5年連続
受賞（2016～2020年）
・化粧品としては実績の少ない
医学誌への掲載
・2019年１月には男性専用の
『メンズアイキララ』も発売

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

2021年２月期 第１四半期 ハイライト

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

業績主要項目ハイライト【前年同期比】

（百万円）

	2020年２月期 第１四半期実績	2021年２月期 第１四半期実績	増減額	増減率
売上高	2,387	2,268	▲118	▲5.0%
営業利益	553	561	+7	+1.4%
営業利益率	23.2%	24.7%	+1.5pt 改善	
経常利益	553	560	+7	+1.3%
四半期 純利益	385	389	+3	+1.0%

・売上高は、新規獲得件数の減少により減収
・各段階利益は、新規獲得状況の悪化に対して広告投資を抑えたため横ばい

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

業績主要項目ハイライト【対業績予想進捗率】

（百万円）

	2021年２月期 通期業績予想	2021年２月期 第１四半期実績	進捗率
売上高	8,227	2,268	27.6%
営業利益	2,006	561	28.0%
経常利益	2,007	560	27.9%
当期純利益	1,357	389	28.7%

・売上高、各段階利益ともに順調に推移

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

新規獲得件数について

3月度 及び 4月度

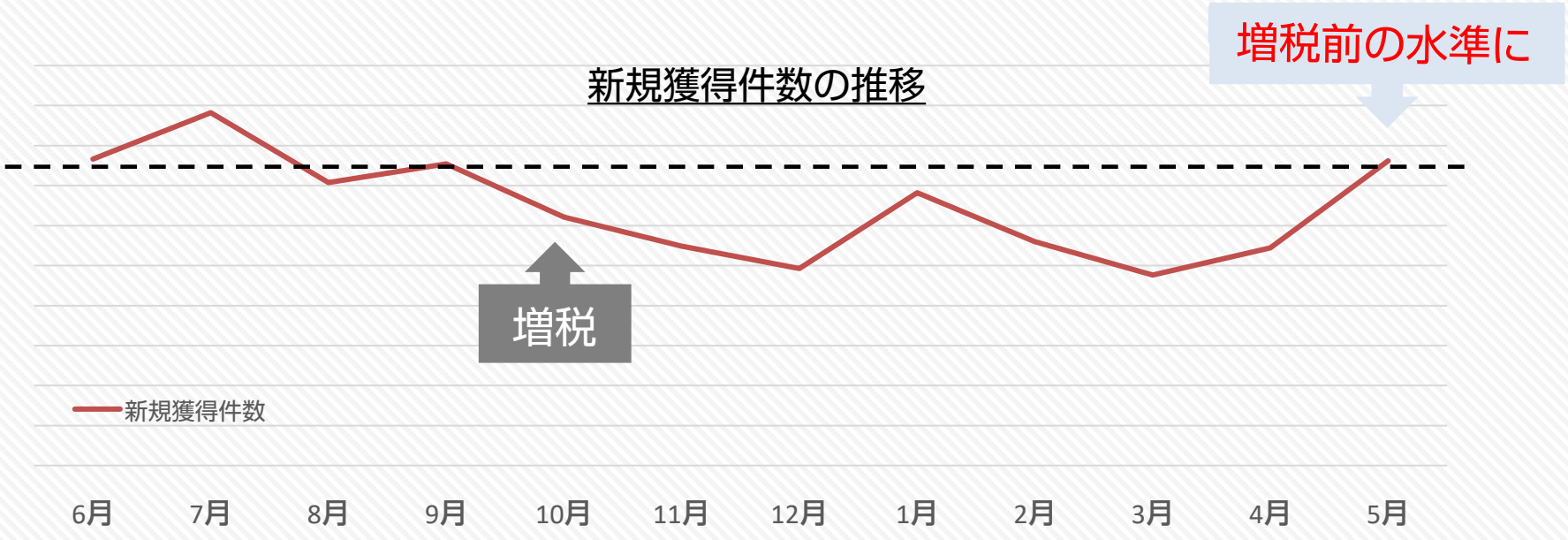
・新型コロナウイルス感染症拡大
・消費マインド冷え込み

→ 当初の計画を下回る

5月度

・消費マインドが回復傾向
・上限CPOの引き上げ

→ 当初の計画を上回り、2019年10月の消費増税前の水準に戻す

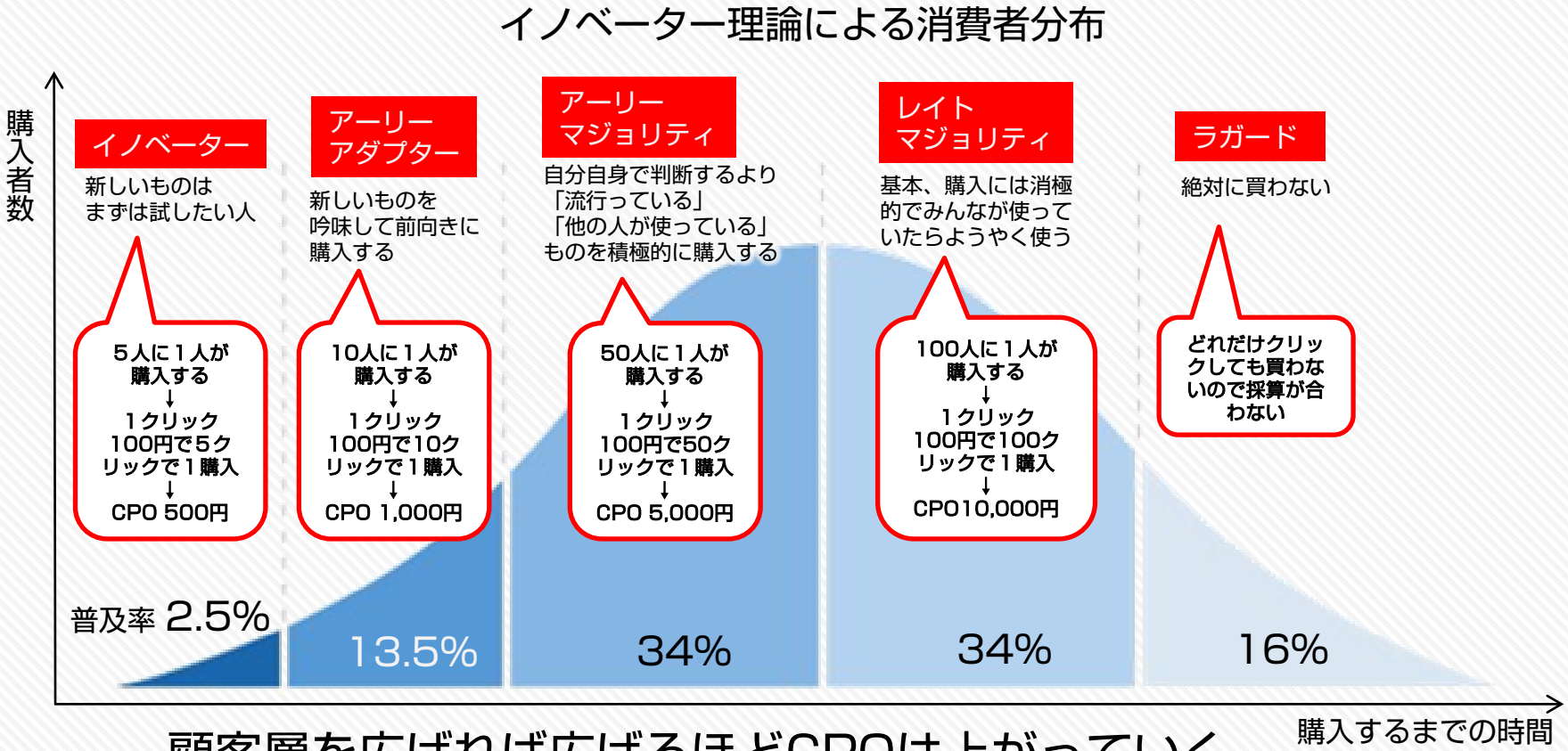


Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

CPOと新規獲得件数の相関性について

■利益＝新規獲得件数×顧客１人当たり利益（LTV－CPO）

広告費と新規件獲得数は「収穫逓減の法則」に当てはまり、新規獲得件数を増やせばCPO（１件当たりの獲得コスト）は上がっていく性質がある



顧客層を広げれば広げるほどCPOは上がっていく。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

CPOと新規獲得件数の相関性について

■利益＝新規獲得件数×顧客１人当たり利益（LTV－CPO）

・CPOを下げれば１人当たりの利益は増えるが新規獲得件数は減る
・CPOを上げれば新規獲得件数は増えるが１人当たりの利益は減る

→最も利益が高くなる段階のCPOを見つけることが大切

例）LTV１万円の場合

ここから収穫逓減が始まる

CPO	3,000円	4,000円	5,000円	6,000円	7,000円	8,000円	9,000円
新規獲得件数	100件	120件	150件	200件	250件	270件	300件
１人当たり利益	7,000円	6,000円	5,000円	4,000円	3,000円	2,000円	1,000円
利益	700,000円	720,000円	750,000円	800,000円	750,000円	540,000円	300,000円

１人当たり利益が最も高い

利益額が最も多い

新規獲得件数が最も多い

→この場合、上限CPOを6,000円と設定することが最も望ましい

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

広告投資効率ROAS※について

■上限CPO引き上げ施策等の失敗により、ROASが悪化

昨年５月	昨年９月 (増税前)	今年５月
ROAS 1.00	ROAS 1.17	ROAS 0.75
新規獲得件数 37,000件	新規獲得件数 37,000件	新規獲得件数 38,000件

（前提）
前事業年度から売上拡大に向け従来より購入意欲が低い消費者もターゲットに加え獲得の難易度が上がったため一定のROAS悪化は想定内

（経緯）

過去の動向
広告出稿量に比例して増加する検索エンジンやモール経由の「広告宣伝費を要さない注文」が一定数存在

施策
上限CPOの算出に「広告宣伝費を要さない注文」等を組み入れ

→上限CPOの設定を引き上げたが・・

結果
施策の効果がうすく新規獲得件数は増加したものの引き上げ幅に見合うほど増加せず

→ROASが悪化し利益率が低下

→上限CPO設定の算出方法を見直し、
あくまで高い利益率を維持して売上高の拡大を図る

※ ROASとは、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。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

既存の定期顧客へのアプローチについて

当第１四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

具体的施策① LTV向上のためのクロスセル※

既存顧客へのクロスセル施策でLTVの向上に一定の成果

クロスセルの参考イメージ

×

（例）一緒に化粧水もいかがですか？

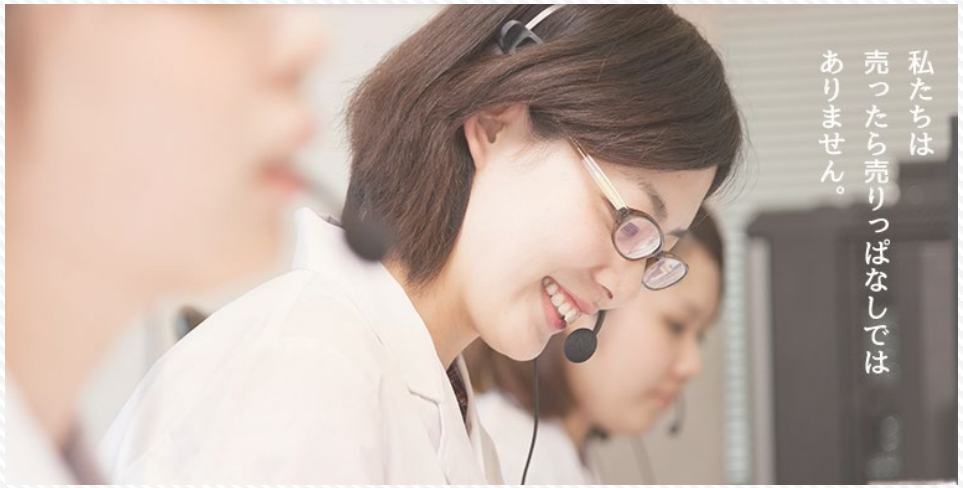
※クロスセルとは、現在購入している商品だけではなく、別の商品も購入してもらうためのセールス手法。
LTVの向上のほか、顧客にとっては決済手数料や配送コストの節減メリットがある。

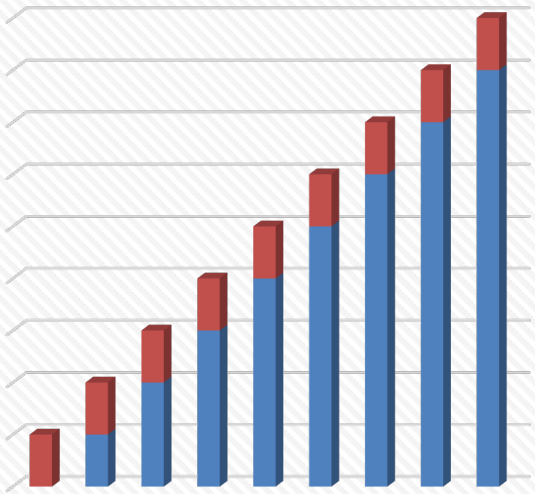
Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

既存の定期顧客へのアプローチについて

当第１四半期累計期間においては継続率を上げるため
既存の定期顧客へのアプローチも本格的に実施

具体的施策② 応対品質の向上





・社内の専門スタッフの知識向上
・電話対応のサービス向上

→ 顧客満足度と
定期継続率の向上へ

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

その他施策について

1 専門チームによるアフィリエイト※へのアプローチを本格的に着手

・アフィリエイトは数事業年度前は新規集客の柱
当時はSEOが主流であったが、Googleのアップデートにより下火に
・現在のアフィリエイトはアフィリエイターが自己資金で広告出稿する
「成果報酬型の広告代理店」スタイルが主流（アドアフィリエイター）
・スキルの高いアドアフィリエイターが増加したため、
再度アフィリエイトへの取り組みを強化

2 実験的に一部地域でのテレビ広告や女性誌をはじめとする雑誌広告も

・インターネットでは商品を購入しない
顧客へのアプローチ
・雑誌掲載：女性セブン、 CLASSY、
STORY、美st、Oggi他

※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。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

社外からの評価及びメディア掲載実績

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 7月3日	日本合理化協会の「北の達人 他社を突き放す５つの戦略セミナー」（参加費４万５千円）に327名が参加 「WEBマーケティングの権威」と話題に

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

2021年２月期 第１四半期　新商品発売

「刺す化粧品シリーズ」第4弾

チークポアパッチ

CHEEK PORE PATCH

『チークポアパッチ』
2020年３月 新発売

【医薬部外品】
男性用シミ対策ピーリングジェル

PEEL SHOT

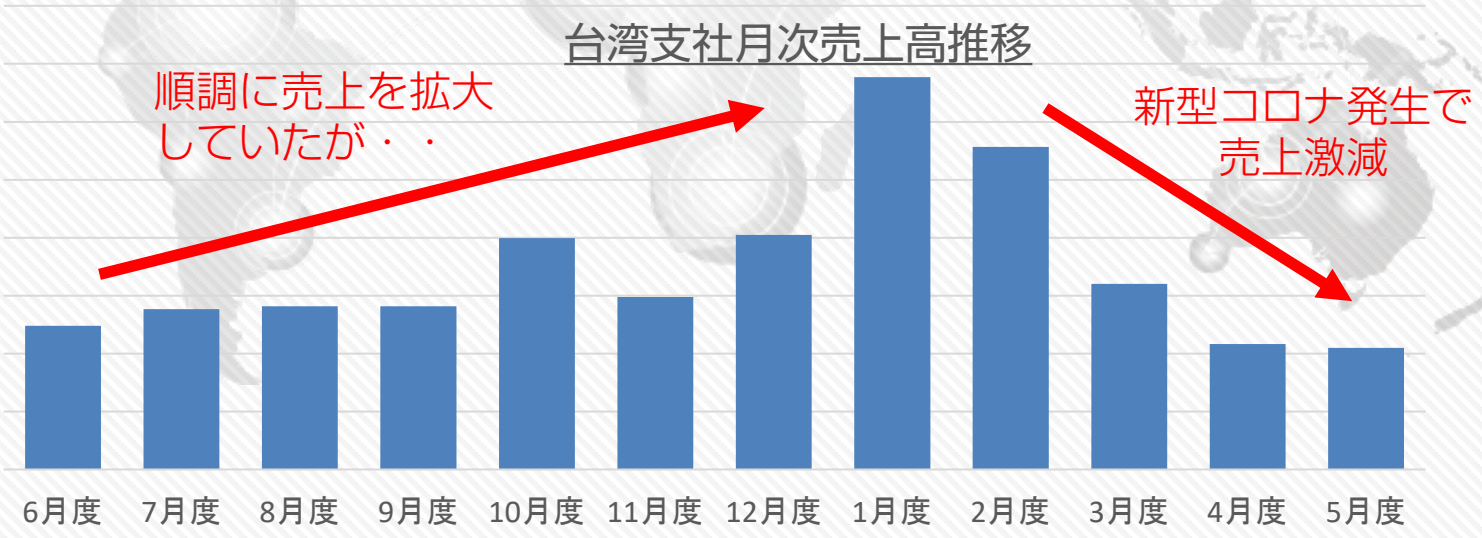
『ピールショット』
2020年５月 新発売

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

海外事業展開について

・前事業年度において着実に売上を拡大した台湾支社については、
新型コロナウイルス感染症の影響により売上の成長が鈍化
ただし、台湾支社の売上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

・当第１四半期累計期間においては、台湾出身の専任担当者を複数名採用し
教育にあたるなど、今後の台湾支社の拡大に向けた体制作りに着手しており
さらに台湾以外のアジア圏への進出についても準備を進行



Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

コーポレートガバナンス体制について

・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

・経営体制の強化を図るため取締役を増員し、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

取締役の構成

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

知的財産権保護

（当社の取り組み）
「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し、
公正な競争環境において事業活動を推進

■トピックス　仮処分命令申立事件の和解

SNS広告

（経緯）
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」のSNS広告で
「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

北の達人コーポレーション Meister in the North

（申立て）
品質誤認表示・営業上の利益が侵害されるおそれ
→東京地方裁判所に申立て

東京地方裁判所

（結果）
当社の主張がほぼ全面的に受け入れられ裁判上の和解成立
→はぐくみ社は自社サイト及びSNSで謝罪文を掲載

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

課題への取り組み　～中長期的成長を睨んだ内部組織体制の立て直し～

クリエイティブ部門の強化

・採用強化によって獲得した高いスキルと豊富な経験を有する経験者による教育体制を構築
・短期間で業績への貢献が期待でき即戦力となる経験者の採用強化を継続

＜施策＞

代表取締役社長の木下自ら
SNS発信、講演やセミナーを行い
業界内の企業認知向上を図る

＜進捗＞

実績豊富で経営経験を有する等
ハイレベルな人材の応募が増加
今後の経験者採用に手応え

商品開発部門の強化

・大手化粧品メーカー出身者等の採用を強化
・開発商品ジャンルの拡大
・商品開発の判断基準となる市場調査の方法を見直し

→「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商品」を意識した開発強化を継続

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

貸借対照表

（百万円）

科目/区分	前事業年度 2020年2月29日	当第１四半期会計期間 2020年5月31日	増減額	増減率
（現金･預金）	4,088	3,639	▲448	▲11.0%
流動資産	5,521	5,098	▲423	▲7.7%
固定資産	380	341	▲39	▲10.4%
資産合計	5,902	5,439	▲462	▲7.8%
流動負債	1,554	1,008	▲546	▲35.1%
固定負債	—	—	—	—
負債合計	1,554	1,008	▲546	▲35.1%
純資産合計	4,347	4,430	＋83	＋1.9%
負債･純資産合計	5,902	5,439	▲462	▲7.8%

未払法人税等553百万円の支払による「現金・預金」の減少及び「流動負債」の減少が、主な増減要因となっております。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

現状認識と今後について

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

現状認識と今後の取り組みについて

（現状認識）

新規獲得件数は増税前と同水準になったものの・・

・上限CPOは従前の算出方法に戻しROASの改善が必要な状況
・クリエイティブ部門及び商品開発部門に関する課題の解消時期は現時点では不明
・新型コロナウイルス感染症の収束時期についても、依然として不透明

→よって今後の新規獲得件数については保守的に見積もらざるを得ない

（今後の取り組み）

・リソース不足で手が付けられていなかった
大手メディアへの広告出稿や動画広告を活用
・引き続きクリエイティブ部門及び商品開発部門の強化に注力

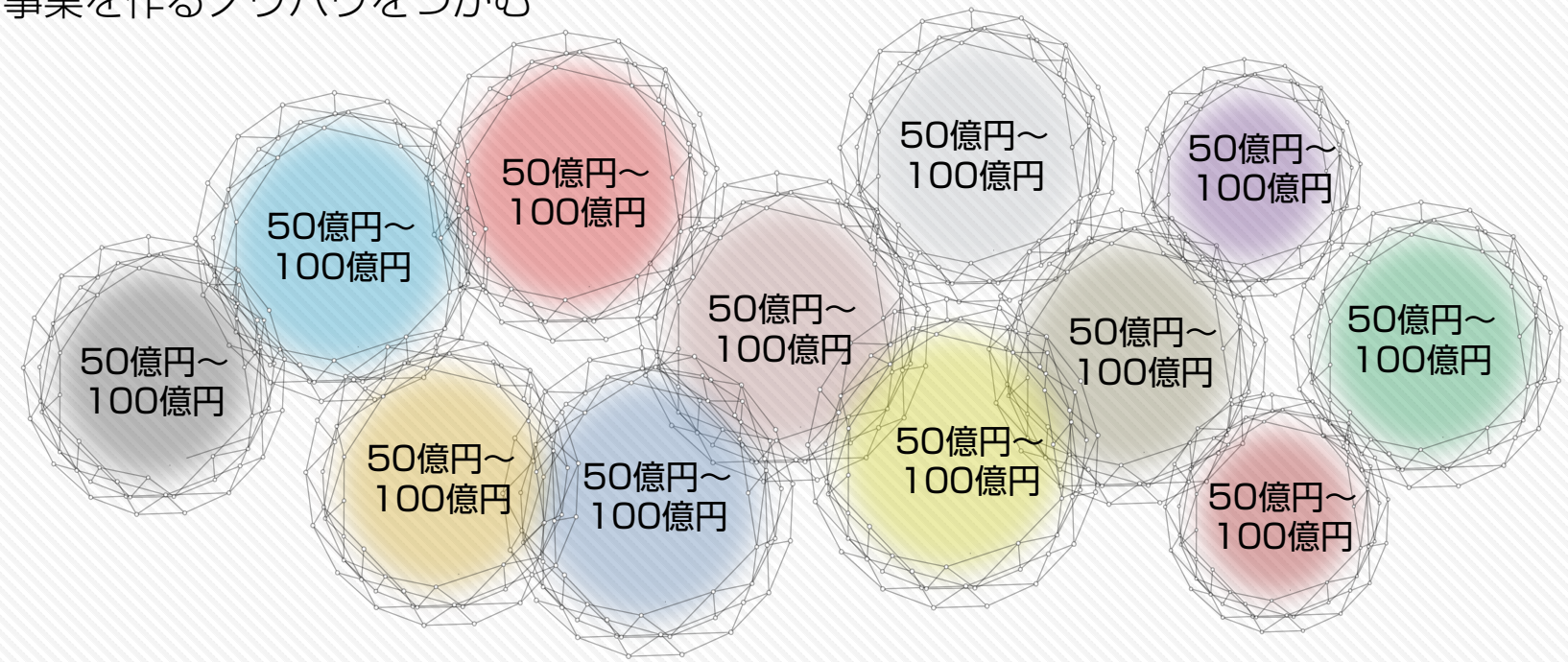
→新規獲得件数の拡大を図る
2020年４月14日に公表した業績予想は据え置き

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

今後の戦略

＜現在＞
・高い利益率を維持したまま
売上高１００億円を実現
・１商品で４０億円～５０億円の
事業を作るノウハウをつかむ

＜今後＞
市場の大きなマスマーケットにおいて
１商品５０億円～１００億円規模を複
数展開できる商品開発に注力



日本国内での販促活動に注力しているが、業績が拡大した台湾以外の海外展開も意識しつつ
Google・Facebook・Twitter・Amazonなどのプラットフォームを活用し、
50億円～100億円×複数マーケットで年商1,000億円へ

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

参考資料

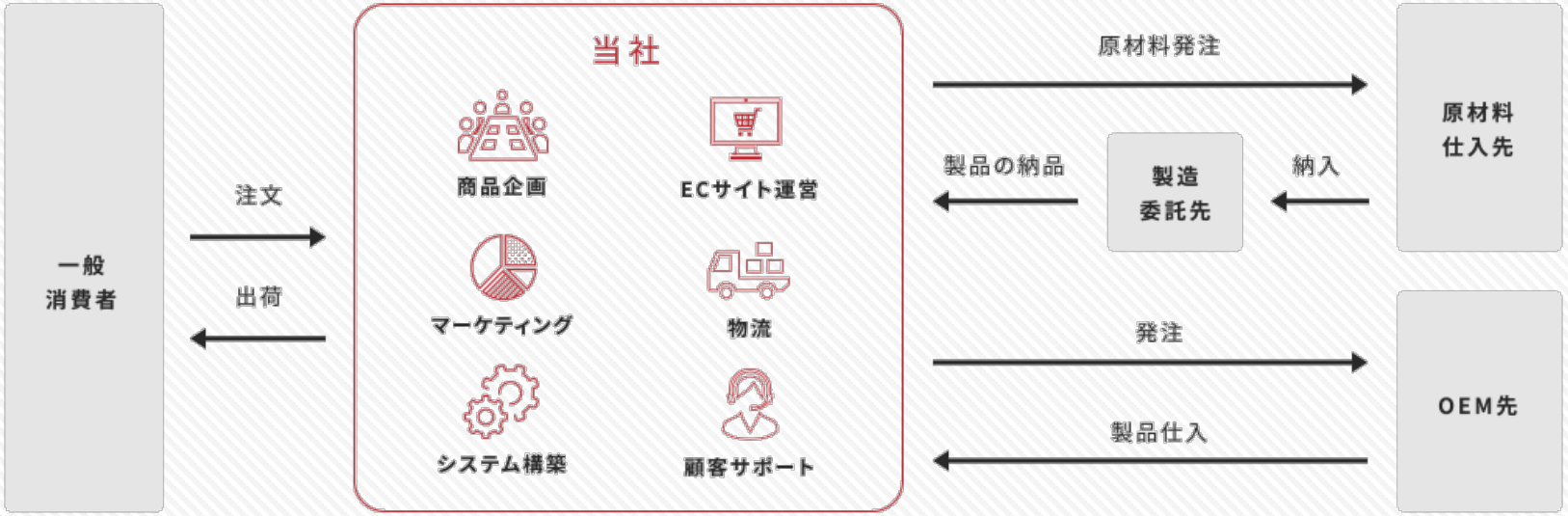
Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

沿革

2002年５月	株式会社北海道・シーオー・ジェイピーを大阪市淀川区に資本金１千万円で設立
2002年９月	商材開発強化を目的として、札幌市中央区北一条西二丁目に本店を移転
2006年５月	業容拡大に伴い、札幌市北区北七条西二丁目に本店を移転
2007年７月	健康美容商品販売の総合サイト「カイテキフレンドクラブ」（現「北の快適工房」）を開設
2009年３月	商号を「株式会社北の達人コーポレーション」に変更
2010年11月	業容拡大に伴い、札幌市北区北七条西一丁目に本店を移転
2011年２月	健康美容商品等の販売にシフトすることを目的として、北海道特産品販売サイトを売却
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
2015年12月	台湾支社を開設
2019年１月	韓国連絡事務所を開設
2019年２月	一般社団法人日本経済団体連合会（経団連）入会
2019年３月	業容拡大に伴い、札幌市中央区北一条西一丁目に本店を移転
2019年４月	東京都中央区に東京支社を開設
2019年7月	東京証券取引所市場第一部及び札幌証券取引所市場の貸借銘柄に選定
2020年2月	東京支社を増床

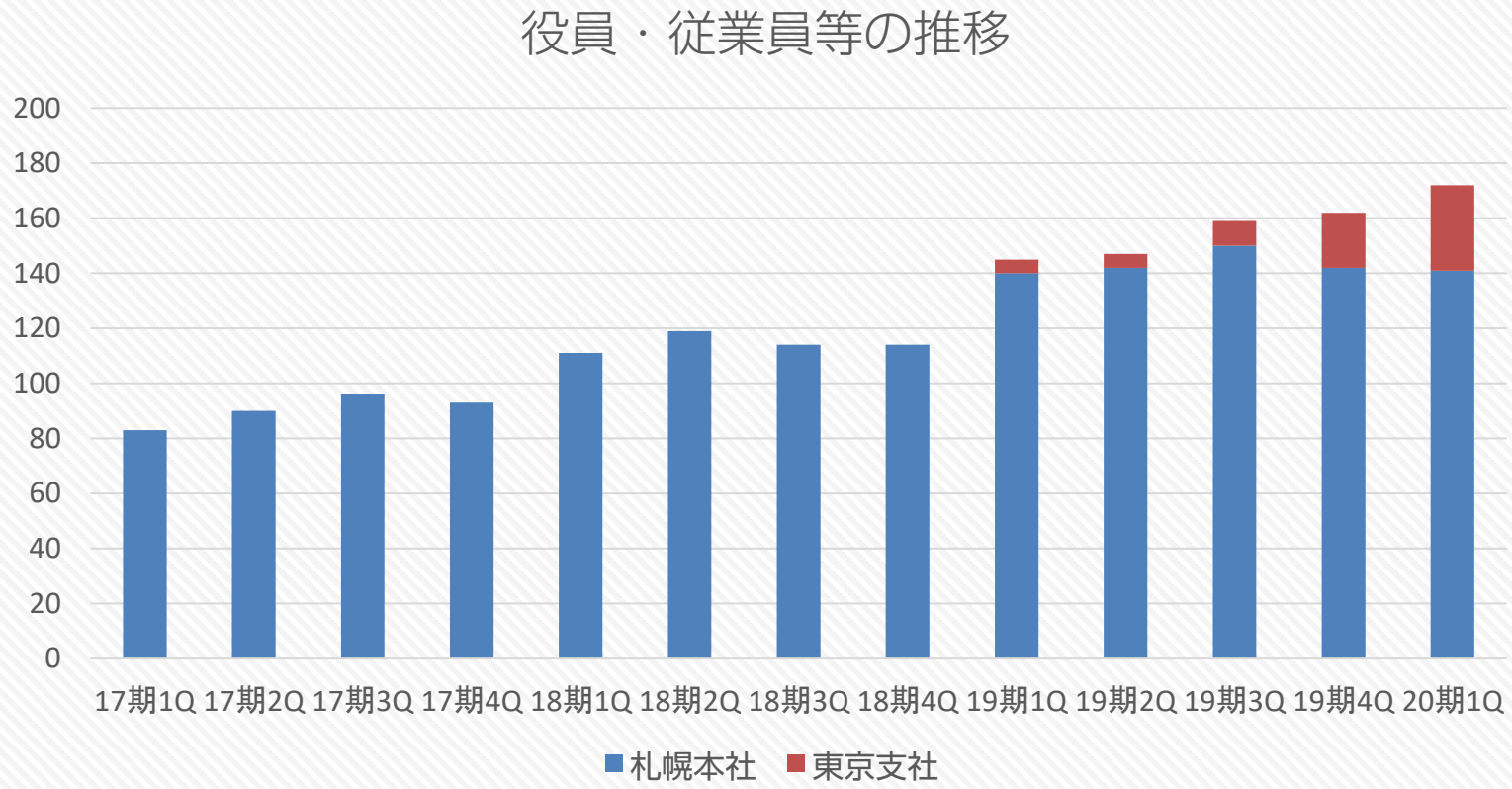
Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

主な事業系統図



Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

人員推移

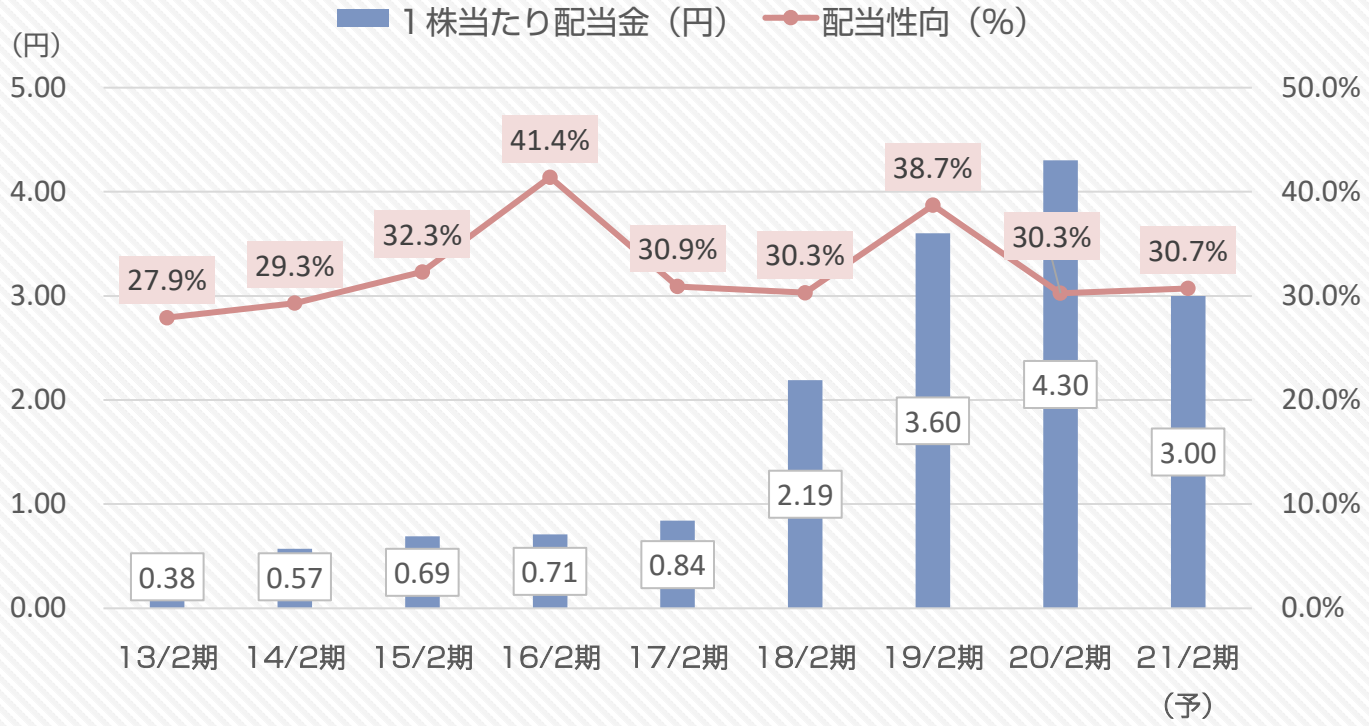


※2019年４月に、東京都中央区日本橋に東京支社を開設

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

配当実績並びに配当予想

当社は、経営基盤の強化や内部留保の充実等を勘案しつつ、
配当性向30%を目安として配当による株主への利益還元に
取り組んでおり、2021年２月期の１株当たり配当金は、中間配当金１円
80銭・期末配当金１円20銭・年間配当金３円00銭を予定。



（注）１株当たりの配当金は、以下６回の株式分割の影響を踏まえて換算しております。（銭未満の端数を切上げております。）
2013年２月９日付で普通株式１株につき４株の株式分割　2014年１月３日付で普通株式１株につき２株の株式分割
2015年６月１日付で普通株式１株につき２株の株式分割　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

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

その他指標

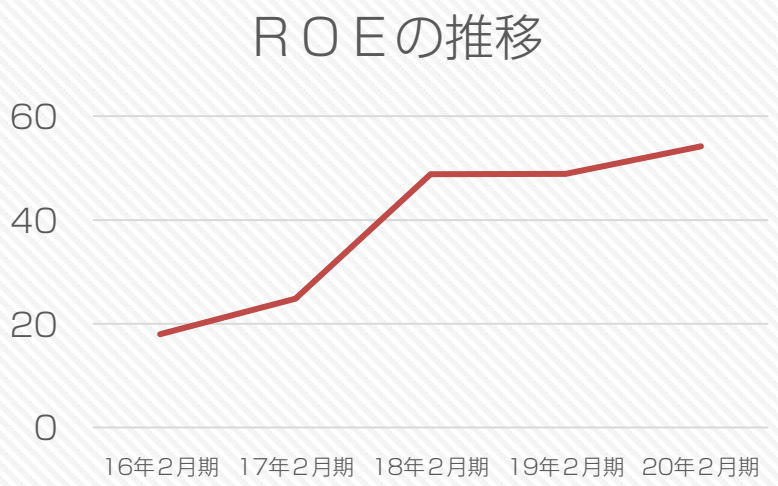
	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期
自己資本比率（%）	86.5	67.4	67.3	69.4	73.7
配当性向（%）	41.4	30.9	30.3	38.7	30.3
１株当たり年間配当金（円）	0.71	0.84	2.19	3.60	4.30
株主数（名）	8,128	8,926	31,667	47,978	54,307

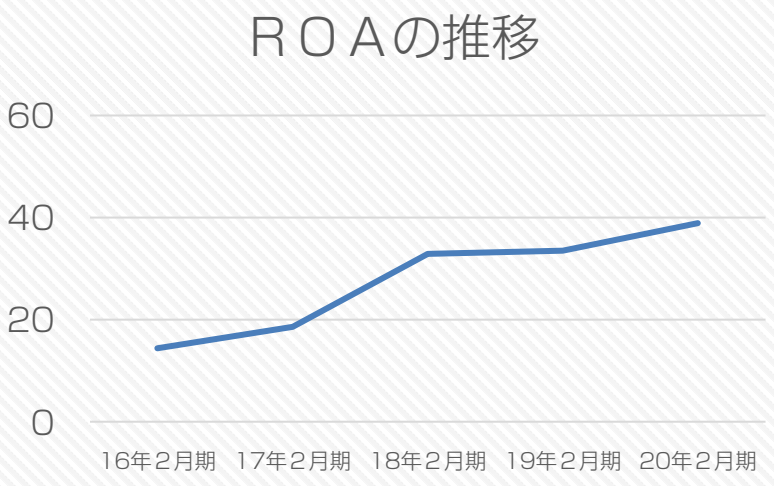
（注）１株当たりの配当金は、以下の株式分割の影響を踏まえて換算しております。
（銭未満の端数を切り上げております。）
2015年６月１日付で普通株式１株につき２株の株式分割
2017年４月１日付で普通株式１株につき２株の株式分割
2017年11月６日付で普通株式１株につき２株の株式分割
2018年２月15日付で普通株式１株につき３株の株式分割

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

ＲＯＥ及びＲＯＡの推移

	2016年 ２月期	2017年 ２月期	2018年 ２月期	2019年 ２月期	2020年 ２月期
ＲＯＥ （自己資本利益率）	18.0%	24.8%	48.8%	48.9%	54.2%
ＲＯＡ （総資産利益率）	14.4%	18.6%	32.9%	33.5%	38.9%





Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

主な受賞歴

2019年９月　「アジア通販サミット 2019」にてインターネットショッピング賞受賞

2018年11月　米国経済誌Forbesのアジア版にて
「Asia's 200 Best Under A Billion」二度目の受賞

2017年２月　独立行政法人中小企業基盤整備機構主催
（後援：経済産業省中小企業庁ほか）
「Japan Venture Awards 2017」eコマース推進特別賞受賞

2015年９月　国際的起業家表彰制度EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー
2015年　日本代表候補ファイナリスト

2014年２月　IT経営力大賞　経済産業大臣賞受賞

起業家の登竜門。
JAPAN VENTURE AWARDS
2017

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

中期経営計画について

当社が事業を展開しているインターネット業界は、経営環境の変化が激しく、経営環境に即した迅速かつ柔軟な経営判断を行う必要があるため、当社は中期経営計画の公表を行っておりません。

なお、単年度計画と実績との乖離に関する原因分析は定期的に行っており、決算発表等を通じ株主を含むステークホルダーに対し開示・説明を行っております。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

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など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また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。

北の達人コーポレーション Meister in the North

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.