四半期報告書

（第20期第３四半期）

自　2020年９月１日
至　2020年11月30日

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

(E26549)

目　　次

頁

表　紙

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 …… 2
　　２　事業の内容 …… 2
　第２　事業の状況
　　１　事業等のリスク …… 3
　　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 …… 3
　　３　経営上の重要な契約等 …… 10
　第３　提出会社の状況
　　１　株式等の状況
　　(1) 株式の総数等 …… 11
　　(2) 新株予約権等の状況 …… 11
　　(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 …… 11
　　(4) 発行済株式総数、資本金等の推移 …… 11
　　(5) 大株主の状況 …… 12
　　(6) 議決権の状況 …… 12
　　２　役員の状況 …… 12
　第４　経理の状況
　　１　四半期財務諸表
　　(1) 四半期貸借対照表 …… 14
　　(2) 四半期損益計算書 …… 15
　　(3) 四半期キャッシュ・フロー計算書 …… 16
　　２　その他 …… 19
第二部　提出会社の保証会社等の情報 …… 20

［四半期レビュー報告書］

【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】	2021年１月14日
【四半期会計期間】	第20期第３四半期（自　2020年９月１日　至　2020年11月30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３四半期累計期間	第20期 第３四半期累計期間	第19期
会計期間		自2019年３月１日 至2019年11月30日	自2020年３月１日 至2020年11月30日	自2019年３月１日 至2020年２月29日
売上高	（千円）	7,547,227	7,012,194	10,093,343
経常利益	（千円）	2,186,986	1,582,095	2,923,996
四半期（当期）純利益	（千円）	1,487,030	1,086,662	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）	3,859,560	4,878,149	4,347,354
総資産額	（千円）	5,021,803	5,630,821	5,902,151
１株当たり四半期（当期）純利益金額	（円）	10.70	7.82	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	（%）	76.9	86.6	73.7
営業活動によるキャッシュ・フロー	（千円）	1,241,265	251,849	2,142,937
投資活動によるキャッシュ・フロー	（千円）	△94,220	△26,832	△100,273
財務活動によるキャッシュ・フロー	（千円）	△637,224	△548,457	△643,498
現金及び現金同等物の四半期末（期末）残高	（千円）	3,199,081	3,767,614	4,088,384

回次		第19期 第３四半期会計期間	第20期 第３四半期会計期間
会計期間		自2019年９月１日 至2019年11月30日	自2020年９月１日 至2020年11月30日
１株当たり四半期純利益金額	（円）	3.88	2.65

（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３四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３四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。

①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３四半期累計期間においては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、さらなる成長が見込まれており（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、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10億円から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50億円から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。

②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」を目的に独自で開発した「広告最適化のための分析・運用システム」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)

当第３四半期累計期間における四半期会計期間ごとの業績推移は、下記のとおりです。

		第１四半期	第２四半期	第３四半期	前四半期比
売上高	（千円）	2,268,420	2,323,859	2,419,914	96,054
売上総利益	（千円）	1,708,447	1,754,507	1,829,665	75,158
販売管理費	（千円）	1,147,147	1,285,444	1,286,462	1,018
広告宣伝費	（千円）	623,688	732,029	668,081	△63,947
営業利益	（千円）	561,299	469,062	543,202	74,139
経常利益	（千円）	560,620	473,189	548,284	75,094
四半期純利益	（千円）	389,123	328,704	368,834	40,130

当第３四半期会計期間につきましては、新規獲得件数が想定を上回ったこと及び第２四半期累計期間において獲得した新規顧客による定期売上が積み上がったことで、売上高及び各段階利益は業績予想を大きく上回っております。なお、上限CPOの算出方法を従前の方法に戻したことにより広告の採算性が改善され、第２四半期会計期間よりも少ない広告宣伝費で同水準の新規獲得件数となっております。

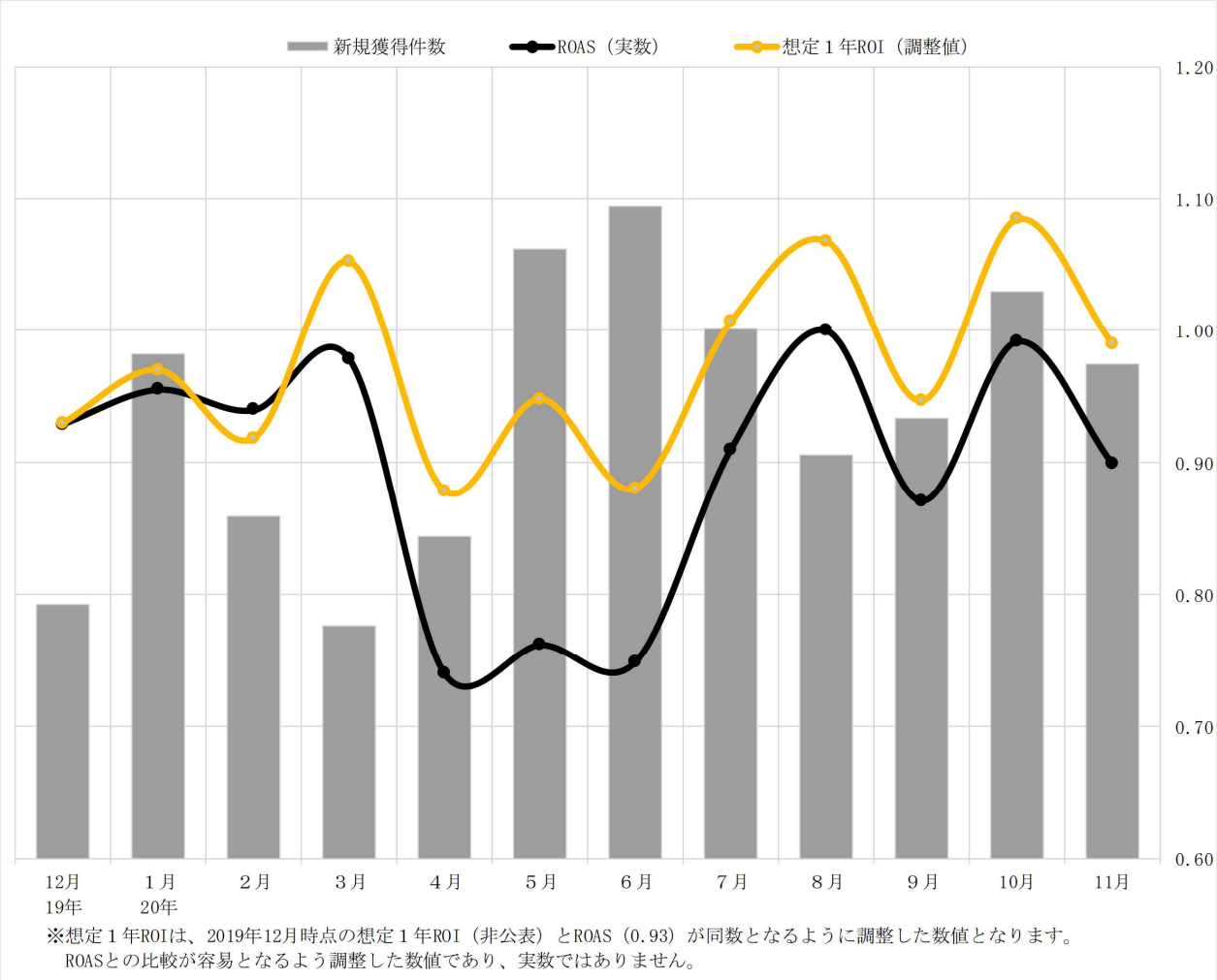
当第３四半期累計期間における実績及び業績予想（計画）比は、下記のとおりです。

		2021年２月期 第３四半期累計期間			2020年２月期 第３四半期累計期間
		業績予想（計画）	実績	業績予想 （計画）比	
売上高	（千円）	6,333,697	7,012,194	678,497	7,547,227
売上総利益	（千円）	4,739,566	5,292,619	553,052	5,739,706
販売管理費	（千円）	3,059,374	3,719,054	659,680	3,557,188
広告宣伝費	（千円）	1,515,569	2,023,800	508,230	2,126,361
営業利益	（千円）	1,680,192	1,573,564	△106,627	2,182,517
経常利益	（千円）	1,680,470	1,582,095	△98,375	2,186,986
四半期純利益	（千円）	1,136,838	1,086,662	△50,175	1,487,030

当第３四半期累計期間においても、新規獲得件数が想定よりも増加したため、売上高は業績予想を上回る7,012,194千円となりました。各段階利益につきましては、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2020年４月から2020年６月にかけて低下したことにより業績予想を下回る結果となりましたが、ROASの低下は一時的な要因も含まれており、第４四半期会計期間以降の売上高及び各段階利益に貢献するものと認識しております。

こうした新規獲得件数の増加を踏まえ、2021年２月期通期業績予想につきましては、売上高を9,100,000千円と前回発表予想（2020年４月14日）の8,227,826千円から増額修正（前回発表予想比10.6％増）しております。一方、各段階利益につきましては、引き続き将来の利益増大を目的とした新規顧客のさらなる獲得に向け、戦略的に広告宣伝費を拡大させる可能性があることから、前回発表予想をそれぞれ据え置いております。

（新規獲得件数及び広告投資効率）



※想定１年ROIは、2019年12月時点の想定１年ROI（非公表）とROAS（0.93）が同数となるように調整した数値となります。
ROASとの比較が容易となるよう調整した数値であり、実数ではありません。

新規獲得件数につきましては、2020年３月の最悪期を脱し底打ちしたと認識しております。2020年５月及び2020年６月の新規獲得件数の大幅な増加は「上限CPOの引き上げ（注５）」施策によるものではありますが、2020年７月以降の投資効率は改善傾向となっており、直近の新規獲得は堅調に推移しております。

当社は定期購入型のビジネスモデルを採用しており、将来の売上高及び利益をもたらす新規顧客をいかに獲得できるかが事業を展開するうえで重要となります。こうした新規顧客を獲得するための広告宣伝費は、Eコマース事業を手掛ける企業においては先行投資との位置付けであるため、当社でも上限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３四半期累計期間の広告宣伝費は計画を508,230千円上回る2,023,800千円となっております。

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	2020年９月	2020年10月	2020年11月
広告宣伝費（千円）	158,277	204,000	261,410	309,636	240,375	182,018	235,066	219,808	213,206
ROAS	0.98	0.74	0.76	0.75	0.91	1.00	0.87	0.99	0.90

しかし、Eコマース事業の特性上、採算性を度外視し広告投資を拡大すれば一時的に新規獲得件数を増加させ売上高を伸ばせる側面があるため、広告投資効率の指標であるROASにも注視する必要があります。

2020年４月から2020年６月においてROASが大きく低下しておりますが、これは「上限CPOの引き上げ」に加え、「獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性（注６）」によるものです。「上限CPOの引き上げ」によるROASの低下は計画的な実施であったものの、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いたため、上限CPOの算出方法を従前の方法に戻しました。一方で、「獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性」によるROASの低下は一時的なものであり、今後リピート購入されることで想定どおりの利益貢献が見込まれるものです。

ROASは「投資した広告宣伝費により新規で獲得した商品売上がいくらであるか」という指標ですが、商品の利益率やリピート率等は考慮されておりません。よって、より正確な投資効率を把握するにはそれらを考慮する必要があり、「投資した広告宣伝費に対して１年後にどれだけの利益が見込まれるのか」という指標である想定１年ROI（注７）が重要となります。当社は、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、そこから広告宣伝費に対する想定１年ROIを算出しております。

冒頭のグラフは、ROAS及びROASとの比較のために実数を調整した想定１年ROIの推移になります。2020年４月から2020年６月においては大きな乖離が見られますが、これは「獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性」によるものであり、ROASの下げ幅よりも想定１年ROIの下げ幅は小さく、一時的にROASは低下したものの今後の利益貢献が見込まれます。

(LTV向上施策)

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３四半期累計期間においてはLTVを向上させる施策にも積極的に取り組んでおります。

具体的には、クロスセル（注８）やアップセル（注９）を推進した結果、特にクロスセルにおいては当第３四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、さらに単月では10%を上回る月もあり、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16.3%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。

LTVの向上は上限CPOを高く設定することを可能とし、それにより新規獲得件数が増加することが見込まれるため、今後も積極的に取り組んでまいります。

(その他施策)

当第３四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（注10）の活用に再び注力すべく、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2.1倍と大きく増加しております。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。

続いて、Amazonや楽天市場といったインターネット・ショッピングモールにおける販売も強化しており、特にAmazonにおける新規獲得件数は強化前と比較すると約3.7倍まで増加しており、従来とは異なるインターネット購買層を順調に獲得しております。

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ます。なかでも、BS放送等でのインフォマーシャル広告における新規獲得が好調であり、インターネットでは商品を購入しない層の獲得にも取り組んでおります。

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（ユーザーの購買意欲を高められるような広告、販売ページ等の制作物）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３四半期累計期間においては、取り扱う商品数の増加、台湾出身の専任担当者の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。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３四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代から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」等の直接的な効能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代以降の中高年男性 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代から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、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11）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。

なお、商品の発送等を行う物流拠点につきまして、一拠点集中による地理的なリスクの回避や発送運賃等のコストの削減等を目的として、これまでの北海道札幌市に加え岡山県総社市に新たな物流拠点を開設いたしました。

(社外からの評価及びメディア掲載実績)

当第３四半期会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10月25日	株式会社日本経済新聞社より発行の週刊投資金融情報専門紙「日経ヴェリタス」において、当社代表取締役社長木下勝寿が、市場から「経営力」を評価された「社長在任期間中の株価上昇率ランキング」１位にランクイン。
2020年11月９日	株式会社東京証券取引所及び株式会社日本経済新聞社が共同で算出している「JPX日経中小型株指数」の構成銘柄に３年連続で選定。

なお、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、記載を省略しております。

(今後について)

将来の売上高及び利益をもたらす新規顧客のさらなる獲得のため、引き続きWEBマーケティング部の強化に取り組んでまいります。WEBマーケティングにおける豊富な経験と知識を有する代表取締役社長自らが同部門を直接管掌するよう組織体制を見直し、社内教育体制の整備に加え、高いスキルを有している経験者の採用を加速させ、クリエイティブ力の強化やLTV向上のための各種施策の展開等を推進しております。さらに、当第３四半期累計期間においてAmazonやアフィリエイト等による新規獲得が好調だったことを受け、これらの拡大に専門的に取り組むチームを新設し、インターネット・ショッピングモールにおけるさらなる販路の拡大、アフィリエイト事業者への積極的な営業活動を展開し、新規獲得件数の増加及び売上高や利益の拡大を図ります。特に、Amazonについては、海外市場を攻略するうえで重要な販売チャネルであると認識しており、今後も継続して国内Amazonの拡大に取り組みつつ、市場規模が格段に大きい米国Amazonへの進出も検討しております。Amazonは、従前の「大手有名ブランドの商品を指名検索し購入する場」から「商品ジャンルで検索し有名か無名かは問わず比較し購入する場」へと移行しており、当社における成長の余地は大きいと判断しております。なお、これまでは既存の商品を出品することで一定の売上をあげておりますが、Amazonにおける購買層の特性や傾向等を分析しAmazon専用商品の開発にも注力してまいります。

また、マスマーケット商品の開発のため、商品部の強化にも取り組んでまいります。取締役副社長の管掌部門を同部門に特化させ、大手化粧品メーカー出身者等の採用強化、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を通じ、「高い利益率を維持したまま１商品で50億円から100億円規模

の売上高を目指せるマスマーケット」商品の開発に取り組んでおります。商品開発スピードの向上にも注力しており、翌事業年度内のマスマーケット商品複数発売を目指してまいります。

さらに、経営戦略の一環として積極的なM&Aを通じた収益基盤の多様化及び成長の加速にも取り組んでまいります。スケールメリットが得られシナジー効果が見込まれる場合には、M&Aによる既存事業の拡大、新規事業の参入、事業の多角化等を図り、企業価値の向上を目指していく方針です。

これらを通じて、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。

（注１）CPO
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。

（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）上限CPOの引き上げ
当社は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いるが、一定数存在する検索エンジン経由やインターネット・ショッピングモール経由等の「広告宣伝費を要さない注文」を、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いたため、2020年７月より従前の算出方法に戻した。

（注６）獲得が好調だった商品の単価及び施策の特性
当社が商品ごとに設けている上限CPOは、当該商品のLTVを基に算出される。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」ケースがある。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すが、「商品単価は低いが上限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一時的にROASは低下する。

（注７）想定１年ROI
ROIとは、Return On Investmentの略で、広告出稿に対してどれだけ利益があったか成果を計る広告投資効率の指標。当社では想定１年ROIとして、広告出稿に対して１年後にどれだけ純粗利（１年LTVから商品原価、送料及び決済手数料等の注文連動費を差し引いた当社独自の指標）が得られるかの見込みを図る指標として使用。

（注８）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９）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10）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11）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（ヒアロディープパッチ、ミケンディープパッチ、オデコディープパッチの合算売上）（Largest micro-needle cosmetic skin patch brand）2019年３月から2020年２月の年間売上＄45,082,226。

(2) 財政状態の分析

(資産)

当第３四半期会計期間末における資産合計は5,630,821千円となり、前事業年度末に比べ271,329千円減少いたしました。これは主に現金及び預金が320,769千円、売掛金が95,611千円、投資その他の資産が47,667千円減少した一方で、たな卸資産が186,570千円増加したこと等によるものであります。

(負債)

当第３四半期会計期間末における負債合計は752,672千円となり、前事業年度末に比べ802,124千円減少いたしました。これは主に未払法人税等が700,222千円、未払消費税等が60,621千円、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３四半期会計期間末における純資産合計は4,878,149千円となり、前事業年度末に比べ530,795千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1,086,662千円増加した一方で、剰余金の配当により利益剰余金が555,867千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３四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320,769千円減少し、3,767,614千円となりました。

当第３四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３四半期累計期間において営業活動の結果増加した資金は、251,849千円（前年同期は1,241,265千円の増加）となりました。この主な要因は、税引前四半期純利益1,578,083千円、売上債権の減少95,611千円が生じた一方で、たな卸資産の増加186,570千円、株主優待引当金の減少46,574千円、その他の負債の減少99,952千円、法人税等の支払額1,114,557千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３四半期累計期間において投資活動の結果減少した資金は、26,832千円（前年同期は94,220千円の減少）となりました。この主な要因は、有形固定資産の取得による支出11,271千円、無形固定資産の取得による支出14,309千円が生じたこと等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３四半期累計期間において財務活動の結果減少した資金は、548,457千円（前年同期は637,224千円の減少）となりました。この要因は、配当金の支払額548,457千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３四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３四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３四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３四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３四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】

①【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

②【発行済株式】

種類	第３四半期会計期間末現在発行数（株）（2020年11月30日）	提出日現在発行数（株）（2021年１月14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】

①【ストックオプション制度の内容】

該当事項はありません。

②【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９月１日～2020年11月30日	－	141,072,000	－	273,992	－	253,992

（５）【大株主の状況】

当四半期会計期間は第３四半期会計期間であるため、記載事項はありません。

（６）【議決権の状況】

当第３四半期会計期間末日現在の「議決権の状況」については、株主名簿の記載内容が確認できないため、記載することができないことから、直前の基準日（2020年８月31日）に基づく株主名簿による記載をしております。

①【発行済株式】

2020年11月30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	－

②【自己株式等】

2020年11月30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。

なお、四半期財務諸表等規則第４条の２第３項により、四半期キャッシュ・フロー計算書を作成しております。

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３四半期会計期間（2020年９月１日から2020年11月30日まで）及び第３四半期累計期間（2020年３月１日から2020年11月30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３四半期会計期間 (2020年11月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	4,088,384	3,767,614
売掛金	561,149	465,537
製品	720,420	956,422
仕掛品	29,381	－
原材料及び貯蔵品	79,822	59,772
その他	45,864	49,279
貸倒引当金	△3,775	△2,826
流動資産合計	5,521,246	5,295,801
固定資産		
有形固定資産	109,344	102,842
無形固定資産	23,352	31,638
投資その他の資産	248,207	200,540
固定資産合計	380,905	335,020
資産合計	5,902,151	5,630,821
負債の部		
流動負債		
買掛金	224,929	233,163
未払金	378,907	397,622
未払法人税等	717,834	17,611
未払消費税等	72,145	11,524
前受金	3,157	2,480
販売促進引当金	63,168	52,801
株主優待引当金	46,574	－
返品調整引当金	13,111	12,432
その他	34,968	25,037
流動負債合計	1,554,797	752,672
負債合計	1,554,797	752,672
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	4,785,738
自己株式	△435,574	△435,574
株主資本合計	4,347,354	4,878,149
純資産合計	4,347,354	4,878,149
負債純資産合計	5,902,151	5,630,821

（２）【四半期損益計算書】

【第３四半期累計期間】

（単位：千円）

	前第３四半期累計期間 （自　2019年３月１日 至　2019年11月30日）	当第３四半期累計期間 （自　2020年３月１日 至　2020年11月30日）
売上高	7,547,227	7,012,194
売上原価	1,808,425	1,720,253
売上総利益	5,738,802	5,291,940
返品調整引当金戻入額	14,344	13,111
返品調整引当金繰入額	13,440	12,432
差引売上総利益	5,739,706	5,292,619
販売費及び一般管理費	3,557,188	3,719,054
営業利益	2,182,517	1,573,564
営業外収益		
受取利息	7	42
為替差益	1,774	1,205
サンプル売却収入	261	1,097
講演料収入	377	499
受取弁済金	1,920	469
助成金収入	－	4,004
その他	174	1,211
営業外収益合計	4,516	8,530
営業外費用		
支払利息	47	－
その他	0	0
営業外費用合計	47	0
経常利益	2,186,986	1,582,095
特別損失		
本社移転費用	2,650	－
固定資産売却損	－	33
固定資産除却損	364	3,978
特別損失合計	3,014	4,011
税引前四半期純利益	2,183,972	1,578,083
法人税、住民税及び事業税	688,979	443,734
法人税等調整額	7,963	47,686
法人税等合計	696,942	491,420
四半期純利益	1,487,030	1,086,662

（３）【四半期キャッシュ・フロー計算書】

（単位：千円）

	前第３四半期累計期間 （自　2019年３月１日 至　2019年11月30日）	当第３四半期累計期間 （自　2020年３月１日 至　2020年11月30日）
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前四半期純利益	2,183,972	1,578,083
減価償却費	17,814	16,329
貸倒引当金の増減額（△は減少）	327	△949
販売促進引当金の増減額（△は減少）	960	△10,367
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）	△904	△678
為替差損益（△は益）	△1,588	△2,690
受取利息及び受取配当金	△7	△42
支払利息	47	－
固定資産売却損	－	33
固定資産除却損	364	3,978
本社移転費用	2,650	－
売上債権の増減額（△は増加）	△22,093	95,611
たな卸資産の増減額（△は増加）	△176,904	△186,570
その他の資産の増減額（△は増加）	△3,155	△3,415
仕入債務の増減額（△は減少）	28,529	8,233
未払金の増減額（△は減少）	△82,881	16,013
前受金の増減額（△は減少）	△136	△677
その他の負債の増減額（△は減少）	△68,105	△99,952
小計	1,840,838	1,366,364
利息及び配当金の受取額	7	42
利息の支払額	△47	－
法人税等の支払額	△596,883	△1,114,557
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	1,241,265	251,849
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△82,585	△11,271
有形固定資産の除却による支出	－	△1,251
無形固定資産の取得による支出	△3,344	△14,309
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	12,572	－
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	△94,220	△26,832
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入金の返済による支出	△74,943	－
配当金の支払額	△562,281	△548,457
財務活動によるキャッシュ・フロー	△637,224	△548,457
現金及び現金同等物に係る換算差額	1,615	2,671
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	511,435	△320,769
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	※ 3,199,081	※ 3,767,614

【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）

該当事項はありません。

（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３四半期累計期間 （自　2019年３月１日 至　2019年11月30日）	当第３四半期累計期間 （自　2020年３月１日 至　2020年11月30日）
現金及び預金勘定	3,199,081千円	3,767,614千円
現金及び現金同等物	3,199,081	3,767,614

（株主資本等関係）

Ⅰ　前第３四半期累計期間（自　2019年３月１日　至　2019年11月30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
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

２．基準日が当第３四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３四半期会計期間の末日後となるもの

該当事項はありません。

３．株主資本の金額の著しい変動

該当事項はありません。

Ⅱ　当第３四半期累計期間（自　2020年３月１日　至　2020年11月30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
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

２．基準日が当第３四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３四半期会計期間の末日後となるもの

該当事項はありません。

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３四半期累計期間（自　2019年３月１日　至　2019年11月30日）及び当第３四半期累計期間（自　2020年３月１日　至　2020年11月30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３四半期累計期間 （自　2019年３月１日 至　2019年11月30日）	当第３四半期累計期間 （自　2020年３月１日 至　2020年11月30日）
１株当たり四半期純利益金額	10円70銭	７円82銭
（算定上の基礎）		
四半期純利益金額（千円）	1,487,030	1,086,662
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）	1,487,030	1,086,662
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、支払いを行っております。

（２）訴訟

2020年10月15日提出の第２四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

2021年１月14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
業務執行社員　公認会計士　北倉　隆一　印

指定社員
業務執行社員　公認会計士　島貫　幸治　印

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３四半期会計期間（2020年９月１日から2020年11月30日まで）及び第３四半期累計期間（2020年３月１日から2020年11月30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11月30日現在の財政状態並びに同日をもって終了する第３四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．ＸＢＲＬデータは四半期レビューの対象には含まれていません。