2020年２月期 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４月14日

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

2020年２月期 サマリー

■売上高及び各段階利益は過去最高を更新
営業利益率28.9%で売上高100億円を突破

■北の達人流経営戦略により中長期的には
売上高1,000億円・営業利益300億円を目指して
成長を図る

■2021年２月期は組織体制立て直しの1年と
位置づけるため、減収減益を予想

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

目次

1. 会社概要及び事業概要（p.4～）
2. 北の達人流の経営について（p.12～）
3. 2020年２月期ハイライト（p.22～）
4. 2021年２月期業績予想と計画（p.41～）
5. 基本戦略と今後の展開（p.48～）
6. 参考資料（p.52～）

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２月末日現在）
【役員・従業員等】162名（2020年２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

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

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 J NORTH FARM GLAMENS

- 定期購入制度を採用することで、継続的に購入していただける仕組みを実現
- 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全32商品を展開中
- 当期は『ヒアロディープパッチ』を中心に「刺す化粧品シリーズ」が大ヒット！

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

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※

目の下やほうれい線専用の『ヒアロディープパッチ』

眉間専用の
『ミケンディープパッチ』

額専用の
『オデコディープパッチ』

“チークポアゾーン(頬の毛穴密集地帯)”
専用の『チークポアパッチ』

- 医療にも用いられるマイクロニードル技術を応用した当社の化粧品全４商品
- 針状に固めた美容成分を直接肌に刺すという新発想の化粧品（「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

※2020年３月末日時点（自社調べ）

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

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

機能性表示食品『カイテキオリゴ』（届出番号：D674）

・モンドセレクション 最高金賞８年連続（2012～2019年）受賞
・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んだ機能性表示食品
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

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

27秒に１本※の販売実績！

『アイキララ』

・モンドセレクション 金賞４年連続（2016～2019年）受賞

・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

※2018年9月7日時点（自社調べ）

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

北の達人流の経営について

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

他の東証一部上場企業と北の達人コーポレーションの違い

	時価総額上位10社平均※	北の達人コーポレーション	倍率
従業員数	109,183人	125人	約1/873
従業員一人当たり営業利益	1,077万円	2,332万円	2.2倍
ROE（自己資本利益率）	4.1%	54.2%	13.2倍

少数精鋭で超効率的に
圧倒的成果を出しているベンチャー企業

※2020年3月13日時点（自社調べ）

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

北の達人流戦略①

びっくりするほど

よいものができたときにしか

商品化しない

実感主義のモノづくり

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

当社では「顧客の使用前・使用段階における品質」の概念を設定。
インターネット通販に必要な自社オリジナルの評価項目（750）を所有。

◆日経トレンディ（2018.8月号）で特集

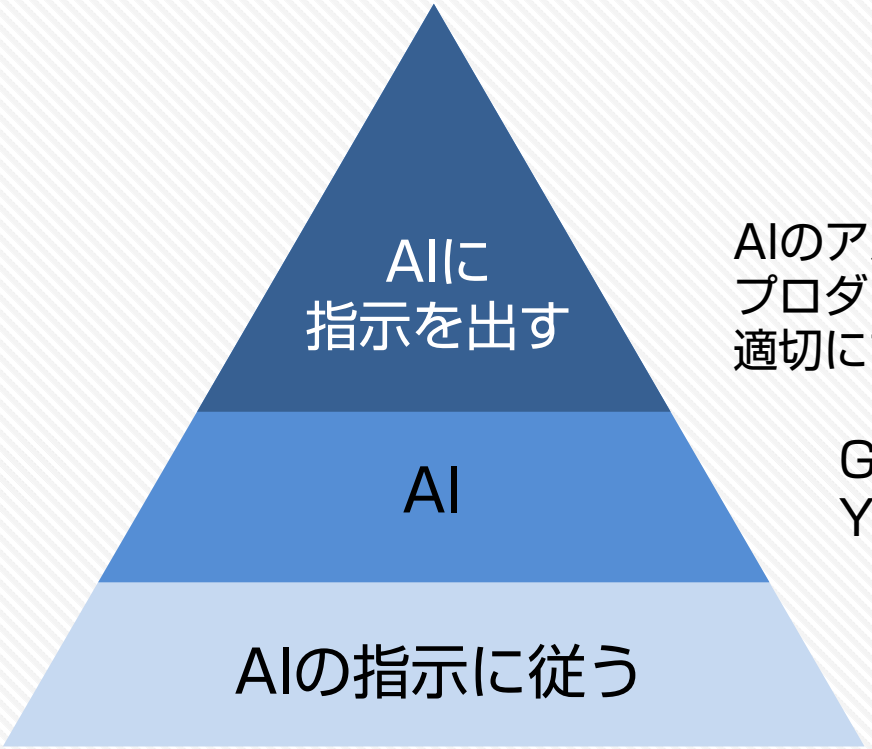
Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

北の達人流戦略②

世界最高峰レベルの
ネットマーケティング集団

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

ネットマーケティングにおける
私達の位置づけは…



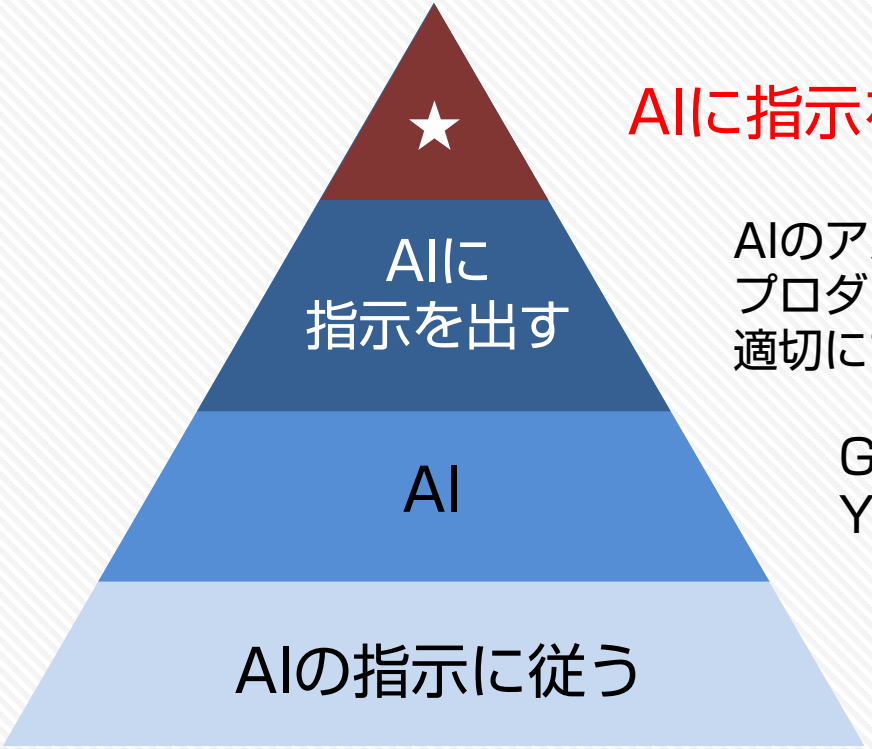
AIのアルゴリズムを理解し、
プロダクトのターゲットと
適切にマッチングさせる指示を出す

Google、Facebook、
Yahoo!など

WEB系広告代理店

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

ネットマーケティングにおける私達の位置づけは…



AIに指示を出すAIを作る

AIのアルゴリズムを理解し、
プロダクトのターゲットと
適切にマッチングさせる指示を出す

Google、Facebook、
Yahoo!など

WEB系広告代理店

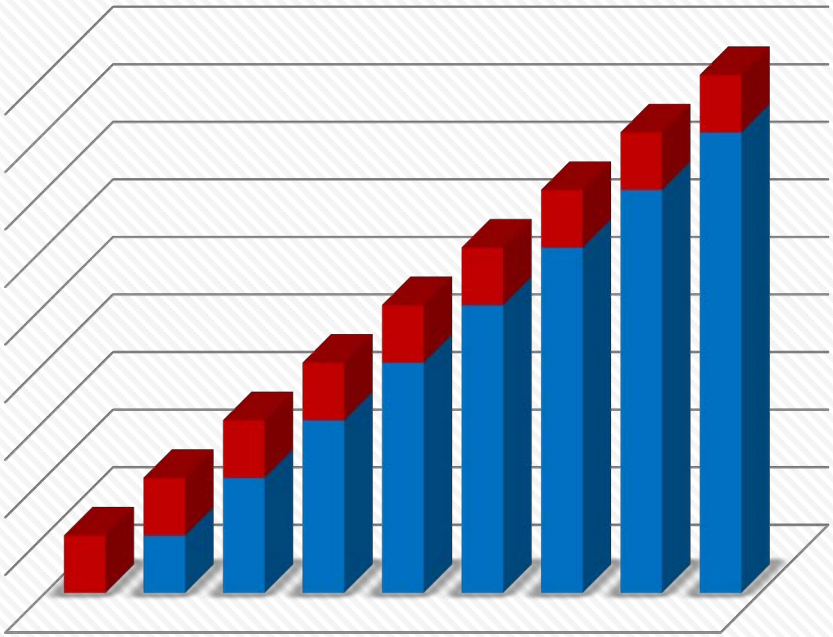
Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

北の達人流戦略③

安定的に伸びるビジネスモデル

赤色…新規売上

青色…定期売上



Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

北の達人流戦略④

ブームに乗らない

全国的ブームを起こしたからこそ知った「ブームの真実」

・コンセプト勝負のネットビジネスはすぐに真似されて価格競争に
→商品の品質で勝負するオンリーワンでなければならない。

・ブームは一過性のもの。すぐに浮気される
→ベーシックな商品で本当に気に入った人を対象にビジネスをする。
ブーム素材（酵素、水素水、CoQ10、レスベラトロール等）ではなく地味なオリゴ糖、梅肉エキス、竹酢液、ホエイ等。

「演歌の戦略」

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

北の達人コーポレーションの今後の事業展開

新規事業の条件

⇒「世の中をカイテキにするもの」

⇒「GDPの増加に寄与すること」

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

2020年２月期ハイライト

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

業績主要項目ハイライト【前期比】

（百万円）

	【前期実績】2019年２月期	【当期実績】2020年２月期	増減額	増減率
売上高	8,312	10,093	+1,780	+21.4%
営業利益	1,861	2,915	+1,053	+56.6%
営業利益率	22.4%	28.9%	―	+6.5%
経常利益	1,861	2,923	+1,062	+57.1%
当期純利益	1,293	1,974	+681	+52.7%

・売上高、各段階利益ともに過去最高を記録

・引き続き、高い利益率を維持したまま高成長を遂げた

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

業績主要項目ハイライト【業績予想比】

（百万円）

	【業績予想】2020年２月期	【当期実績】2020年２月期	増減額	増減率
売上高	10,939	10,093	−846	−7.7%
営業利益	2,702	2,915	+212	+7.9%
経常利益	2,703	2,923	+220	+8.2%
当期純利益	1,890	1,974	+84	+4.5%

・業績予想について、各段階利益は超過したものの、売上高は下回る結果となった

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

売上高予想の未達要因①
発送遅延による定期売上高の積み上げの遅れ

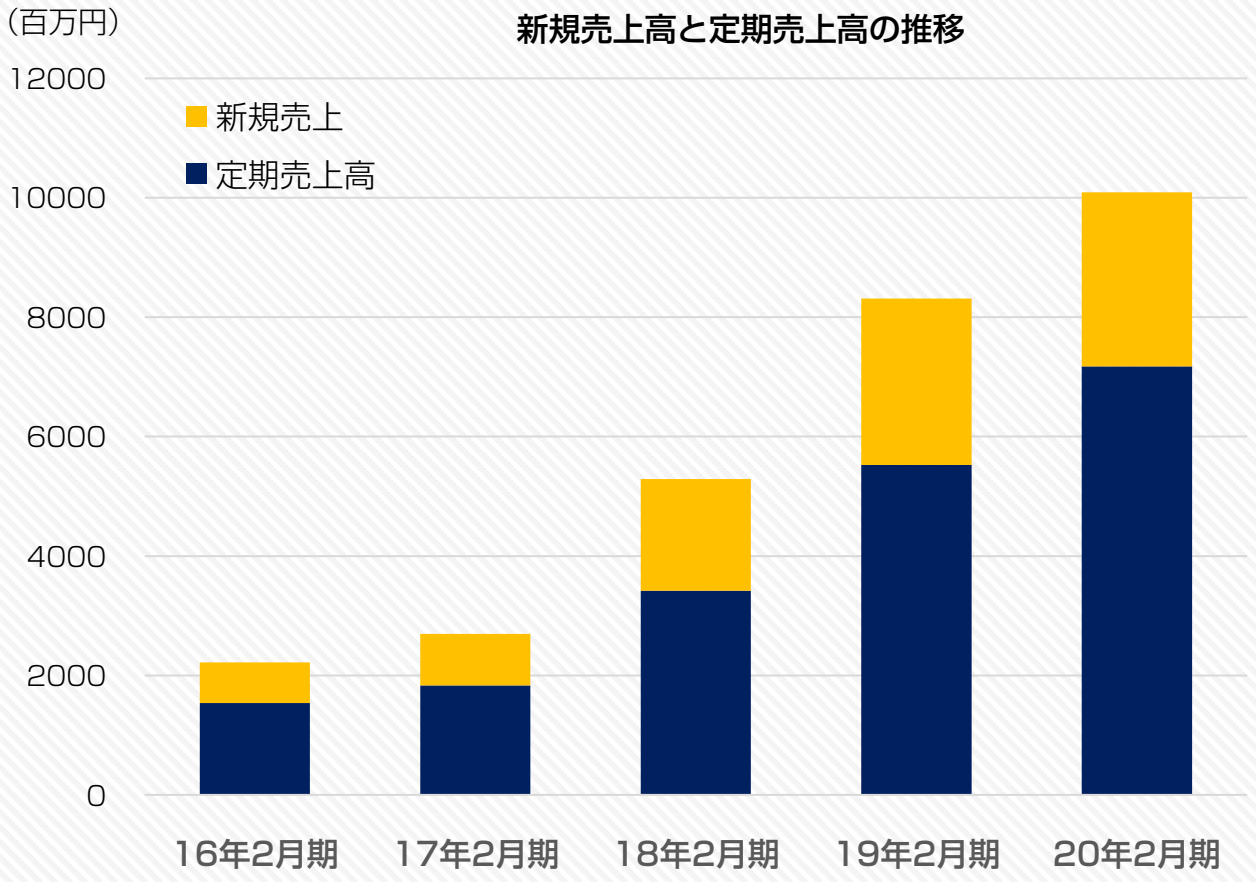
『ヒアロディープパッチ』の生産キャパシティ不足による発送遅延
↓
既存定期顧客の発送を優先し、新規顧客への発送を遅延させた
（発送遅延は12月に解消済み）
↓
これにより、新規顧客の定期会員への移行が遅れたことに伴い、
定期売上の積み上げが遅れた
↓
結果、事業年度内に計上できる売上高が減少

（百万円）

	発送遅延が生じなかったと仮定した場合の売上高	【当期実績】2020年２月期	増減額
売上高	10,253	10,093	−160

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

売上高予想の未達要因②
新規獲得件数の伸び悩み



Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

新規獲得件数減少の原因

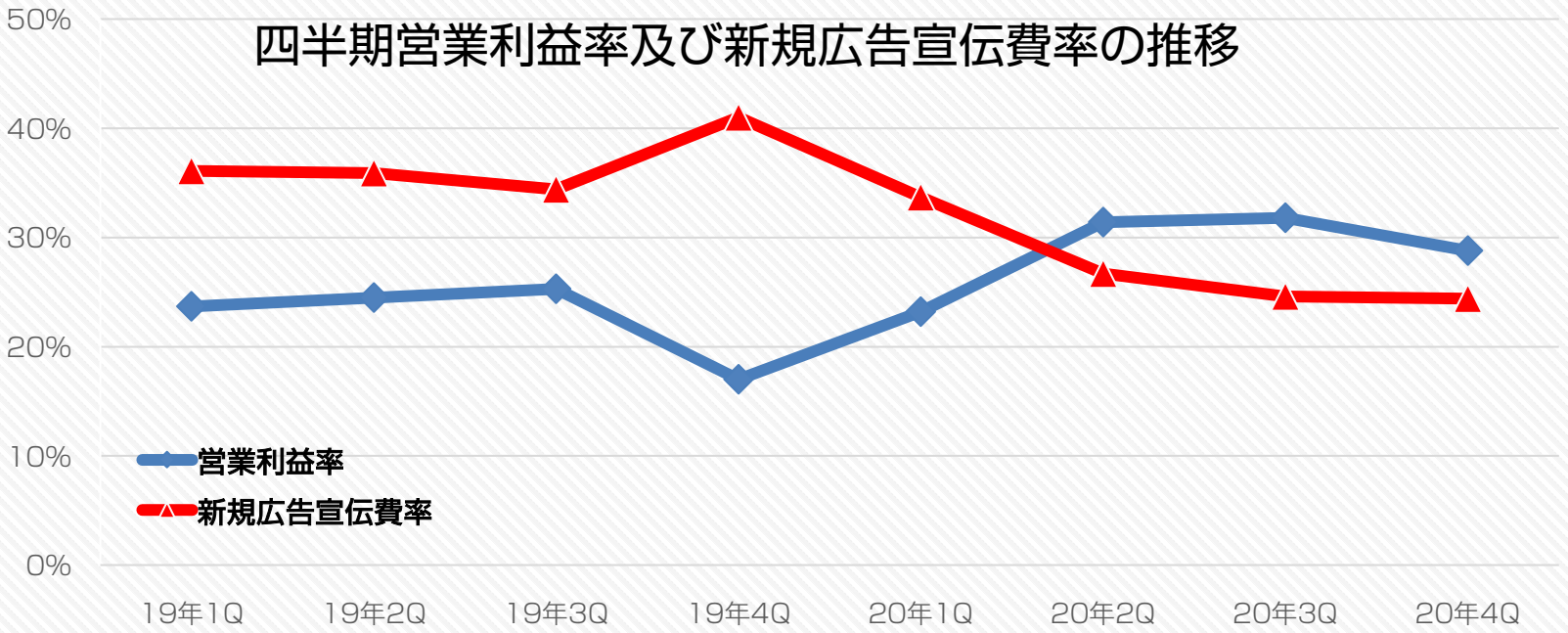
・定期的なクリエイティブのブラッシュアップができなかった
（クリエイティブメンバーへの教育体制整備の遅れ）

・消費増税と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

・開発のスピードアップができず新商品のリリース数が当初想定を
下回った

・広告投資の採算性を改善させた各種施策状況の数値化が遅れ、
広告投資の拡大による新規獲得の機会損失が生じた
（広告投資効率を示す数値の係数化により問題は解消済み）

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

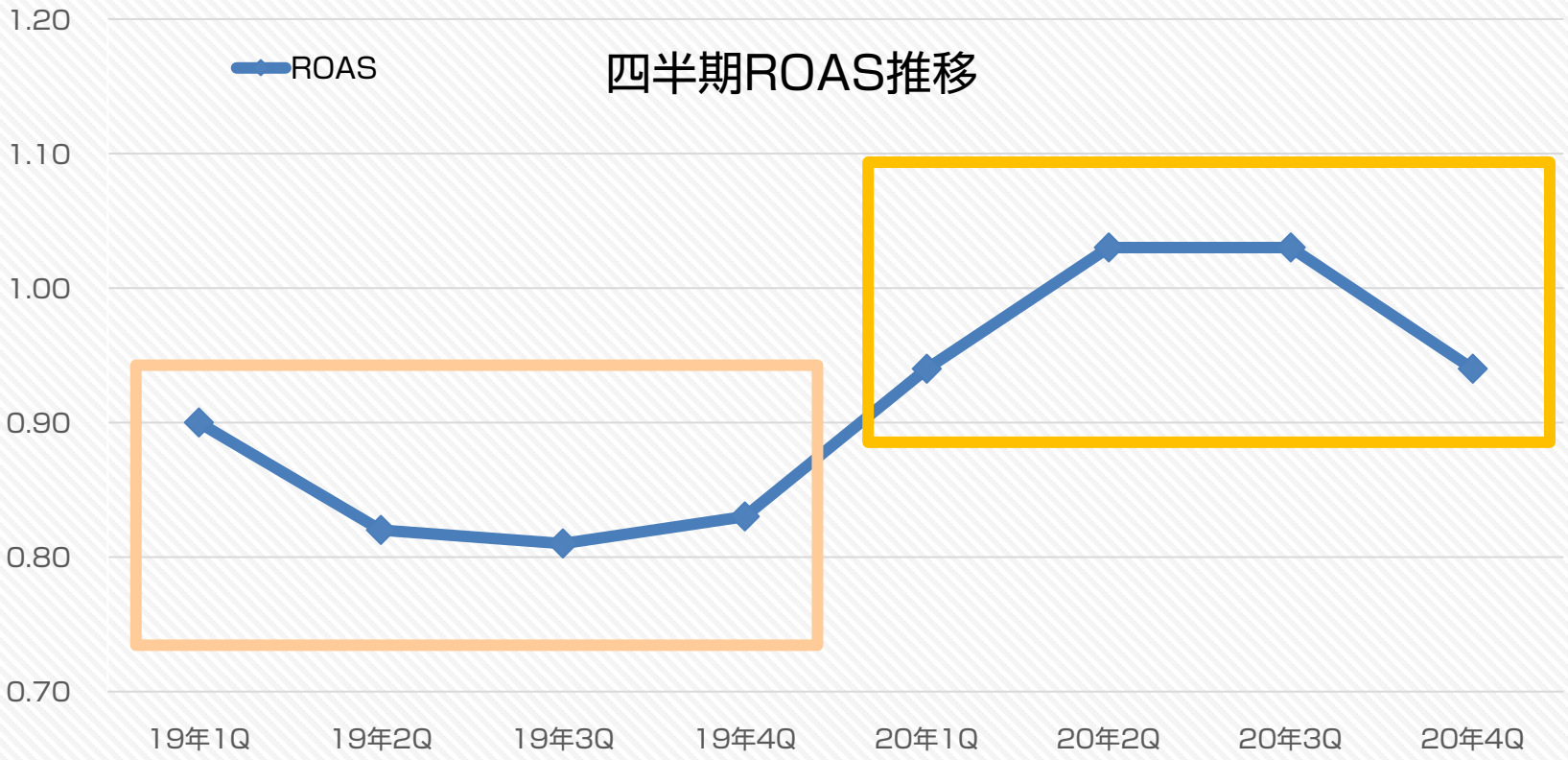


営業利益の超過要因①

集客部門のリソースを将来に向けた体制整備へと戦略的に割いたこと、ROAS※が改善されたこともあり、新規獲得のための広告投資が抑制され営業利益率が向上。
（広告宣伝費は対計画比で約8億７千万円下回った）

※ROASとは、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獲得効率の指標。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以下だと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.



営業利益の超過要因②

さまざまな施策により新規売上単価が向上した結果、
広告投資効率の一つの指標であるROAS（新規売上/広告費）が
年平均0.84から0.98に上昇。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

営業利益率について

	2018年２月期	2019年２月期	2020年２月期
営業利益率	**26.5%**	**22.4%**	**28.9%**

・2020年２月期の営業利益率は前期と比較し＋6.5%

・時価総額上位10社の平均営業利益率※は21.8%
日本を代表する大企業と同水準以上の利益率となっている

・2021年２月期の営業利益率は24.4%を予想

・なお、上場している主なＥＣ会社の平均営業利益率※は2.4%
当社の営業利益率は他のＥＣ会社と比較しても、非常に高い水準である

※いずれも当社調べ 2020年3月13日時点

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

営業利益率について

ＥＣ会社は店舗を持たないかわりに、広告宣伝費が非常にかかる。
それをどうコントロールするかによって営業利益率が大きく変わる。

●目立つプロモーション
＝TVCMやイベントなど不特定多数の人を対象に「目立つ」「話題になる」ことを目的にしたプロモーション

●目立たないプロモーション
＝ターゲットのみに認知されるように仕組んだプロモーション

	売上が上がらない	売上が上がる
目立つプロモーション	①自己満足、内輪受け、消費者不在	②競合に目をつけられ、いずれ競争が激しくなり、利益率が下がる
目立たないプロモーション	③目立たなすぎて消費者に認知されていない状態	④売上が上がり、競合が生まれないので利益率が高く永続成長できる

認知度はある、有名だが利益が出ていないEC会社は「目立つプロモーション」をしている。広告の目的は目立つことではなく利益を生み出すこと

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

売上最小化、利益最大化の原則

1年LTV	上限CPO	1年目標利益
11,000円	10,000円	1,000円

内訳	広告費	獲得件数	CPO	1年売上	1年利益
	1,000万円	1,000件	10,000円	1,100万円	100万円

上限CPO内

売上1,100万円、利益100万円　利益率９％

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

売上最小化、利益最大化の原則

1年LTV	上限CPO	1年目標利益
11,000円	10,000円	1,000円

内訳	広告費	獲得件数	CPO	1年売上	1年利益
広告A	400万円	500件	8,000円	550万円	150万円
広告B	600万円	500件	12,000円	550万円	-50万円
平均	1,000万円	1,000件	10,000円	1,100万円	100万円

広告Bは上限CPOを超えている

この広告をやめる

売上1,100万円、利益100万円　利益率9%

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

売上最小化、利益最大化の原則

1年LTV	上限CPO	1年目標利益
11,000円	10,000円	1,000円

内訳	広告費	獲得件数	CPO	1年売上	1年利益
広告A	400万円	500件	8,000円	550万円	150万円
平均	400万円	500件	8,000円	550万円	150万円

売上1,100万円、利益100万円　利益率９%

→売上550万円、利益150万円　利益率27%

売上は半減するが、利益は1.5倍　利益率３倍

※広告費が1,000万円→400万円に下がるため広告代理店はこのような詳細分析はやりたがらない

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

■当社独自の効率的な広告運用システム

当社は常時5,000本程度の広告出稿を
自社システムにてデイリーでCPO管理している

・広告メディアごと、広告原稿、キーワードごとはもちろんのこと、
それを時間帯ごと、曜日ごと、年代ごと等様々な分類に細分化して
デイリーでCPOを算出し、採算が合わない部分をストップ。
・ストップした広告は広告原稿、飛び先のページとの整合性、
入札金額などの出稿条件をチューニングして再出稿。
採算が合うようになるまでチューニングを繰り返す。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

■５段階利益管理

利益を「商品ごと」に5段階で可視化する

商品ごとの粗利益

注文ごとに必ずかかるコスト（同封物、付属品、決済手数料、配送費、梱包資材等）

粗利-注文連動費＝純粗利（造語）

純粗利-販促費＝販売利益（造語）

商品ごと人件費

家賃や間接業務人件費など

	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	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	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。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

貸借対照表

(千円)

科目/区分	2019年2月期	2020年2月期	増減額	増減率
(現金・預金)	2,687,645	4,088,384	+1,400,738	+52.1%
流動資産	3,958,904	5,521,246	+1,562,341	+39.5%
固定資産	281,729	380,905	+99,176	+35.2%
資産合計	4,240,633	5,902,151	+1,661,517	+39.2%
流動負債	1,298,339	1,554,797	+256,457	+19.8%
固定負債	0	0	0	0%
負債合計	1,298,339	1,554,797	+256,457	+19.8%
純資産合計	2,942,293	4,347,354	+1,405,060	+47.8%
負債・純資産合計	4,240,633	5,902,151	+1,661,517	+39.2%

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

キャッシュフロー

(千円)

区分	2019年2月期	2020年2月期	増減額	増減率
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,193,600	2,142,937	+949,336	+79.5%
投資活動によるキャッシュ・フロー	−184,820	−100,273	+84,546	+45.7%
財務活動によるキャッシュ・フロー	−829,596	−643,498	+186,097	+22.4%
現金及び現金同等物の増減額	179,503	1,400,738	+1,221,235	+680.3%
現金及び現金同等物の期首残高	2,508,142	2,687,645	+179,503	+7.2%
現金及び現金同等物の期末残高	2,687,645	4,088,384	+1,400,738	+52.1%

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

その他指標

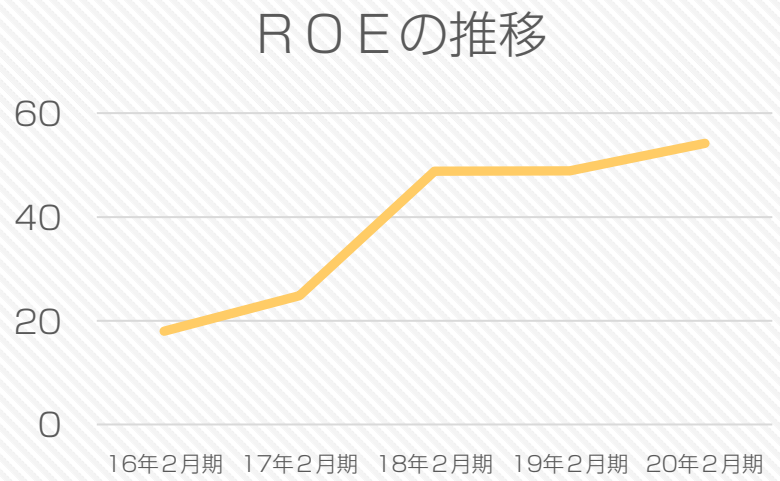
	2017年２月期	2018年２月期	2019年２月期	2020年２月期
自己資本比率（%）	67.4	67.3	69.4	73.7
配当性向（%）	30.9	30.3	38.7	30.3
１株当たり年間配当金（円）	0.84	2.19	3.60	4.30
株主数（名）	8,926	31,667	47,978	54,307

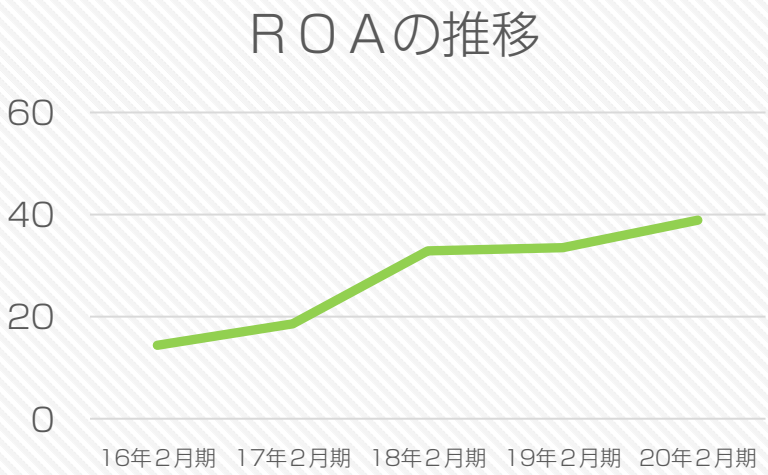
（注）１株当たりの配当金は、以下の株式分割の影響を踏まえて換算しております。
（銭未満の端数を切り上げております。）
2017年４月１日付で普通株式１株につき２株の株式分割
2017年11月６日付で普通株式１株につき２株の株式分割
2018年２月15日付で普通株式１株につき３株の株式分割

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.

2021年２月期業績予想と計画

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

前期の課題①

新規獲得件数の伸び悩み

「適切な広告クリエイティブ」については
メンバーが急速に増加したため、体制の整備や教育が不十分であった

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

前期の課題②

2020年２月期にリリースした新商品はわずか３商品

主力商品が健康食品から基礎化粧品に移行

→基礎化粧品は、健康食品の需要の一定感と比較すると多少の需要の波の影響があり、それに対応するには一定の間隔で新商品の発売や既存商品のリニューアルを行い、需要を喚起する必要がある

商品開発スピードを上げることができず、リリースできる新商品数が減少

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

2021年2月期のポイント

①クリエイティブ部門の強化

②商品開発部門の強化

①教育体制の強化、管理職の配置、経験者の中途採用強化により
クリエイティブメンバーのスキルの向上に注力。

②「品質重視」は当社の存在意義になるため１商品ごとの商品開発期間を
短縮することはしない。よって、新商品個数を増やすために、商品企画開発を
多数並行して進められるような体制に強化する。
具体的には（品質に関わらない）企画プロセスの見直し、経験者の採用等。
※開発商品ジャンルの移行については後述

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

2021年２月期の位置づけ

2021年２月期は、足元の課題解決とともに長期的成長を
睨んだ組織体制立て直しの１年という位置づけとします。

課題である「クリエイティブ部門強化」「商品開発部門強化」は進捗状況を数値化して立証できないため、現時点での2021年2月期の業績予想は、「クリエイティブ部門が強化されていない現在の実力前提」「新商品の売上は加味しない前提」での業績予想といたします。

業績予想に修正の必要が生じた場合には、速やかに開示いたします。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

2021年２月期の業績予想

（百万円）

	【当期実績】2020年２月期	【業績予想】2021年２月期	増減額	増減率
売上高	10,093	8,227	−1,865	−18.5%
営業利益	2,915	2,006	−908	−31.2%
当期純利益	1,974	1,357	−617	−31.2%

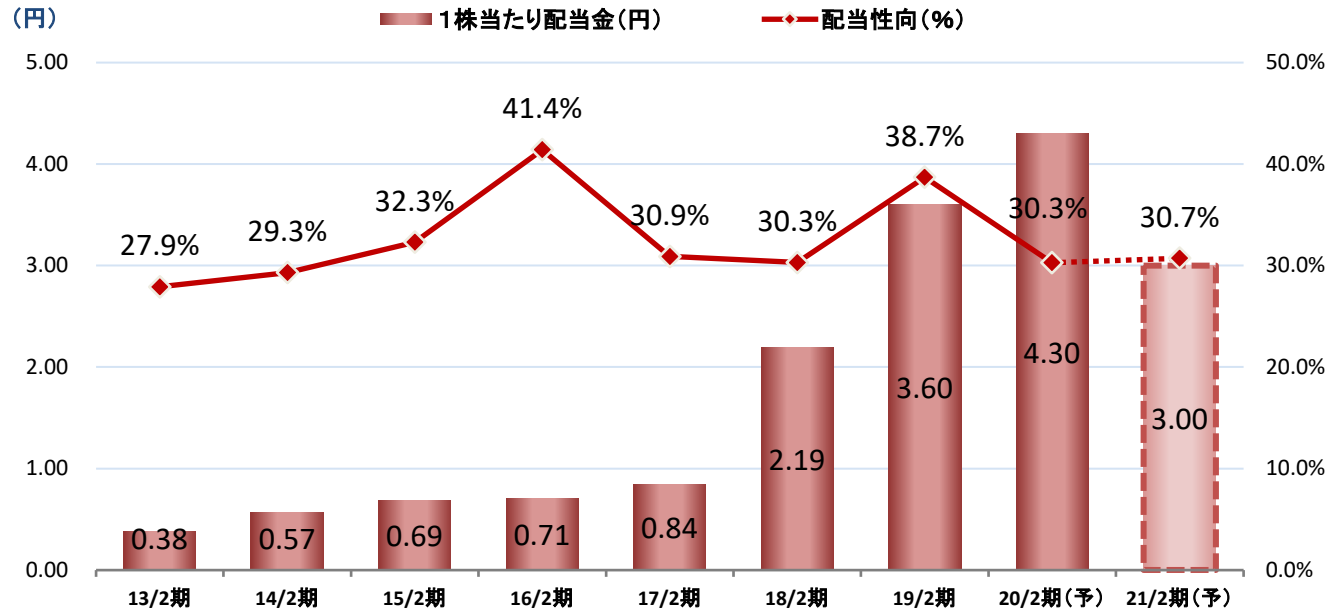
＜業績予想のポイント＞
売上高は前期比18.5%の減収　営業利益は前期比31.2%の減益

・中長期的なさらなる成長を見据えた組織体制の整備期間と位置付け、「クリエイティブ部門の強化」及び「商品開発部門の強化」を図るが、両課題の解消による影響は織り込まない

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

配当実績ならびに配当予想

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.

基本戦略と今後の展開

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

基本戦略と今後の展開

今後の目標売上高について

＜今まで＞

競合の少ないニッチなマーケットにおいて１商品１０億円～２０億円の商品を複数展開することで利益率の高いビジネスを行い、合計１００億円の事業規模を目指す（便秘、アトピーなど）

＜現在＞

高い利益率を維持したまま売上１００億円を実現できた

【利点１】ニッチマーケット×トップシェアによらずとも高い利益率を維持できるスキルが身についた

【利点２】１商品で４０億円～５０億円の事業を作るノウハウが身についた

【課題】１つ１つの市場が小さいため、成長余地に限界が生まれる

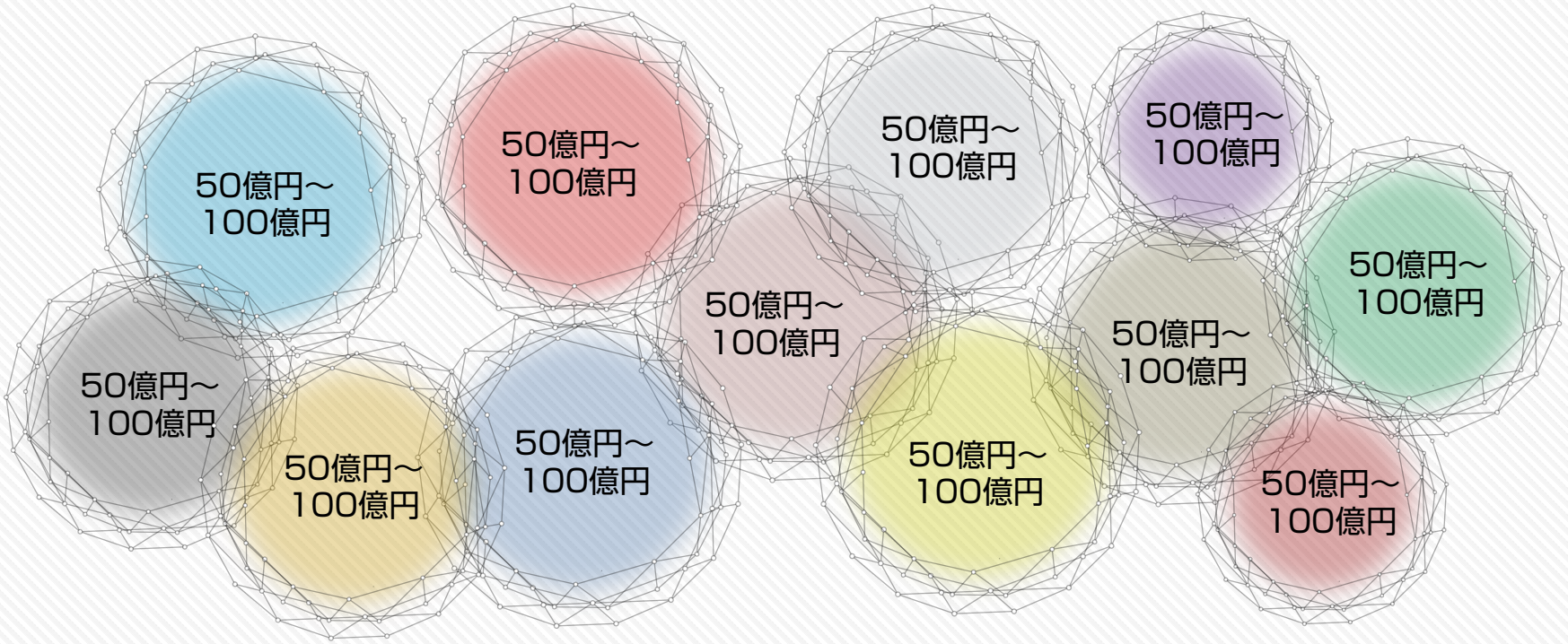
＜これから＞

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し、高利益率を維持したまま売上１,０００億円、営業利益３００億円企業を目指す（オールインワンゲル、シャンプーなど）

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

今後の目標売上高について

・今後は「刺す化粧品」シリーズのように、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の開発に注力



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.

海外展開について

・現在は日本国内での販促活動に注力しているが、台湾事業はすでに黒字化しており、今後はさらなる海外展開を意識している

・事業を海外展開する上においては「他国への水平展開」を行いやすいインターネット販売に特化

・Google、Yahoo!、Facebook、Twitter、Criteo、Amazonなど海外展開しているプラットフォーム上での販売戦略を推進中

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

参考資料

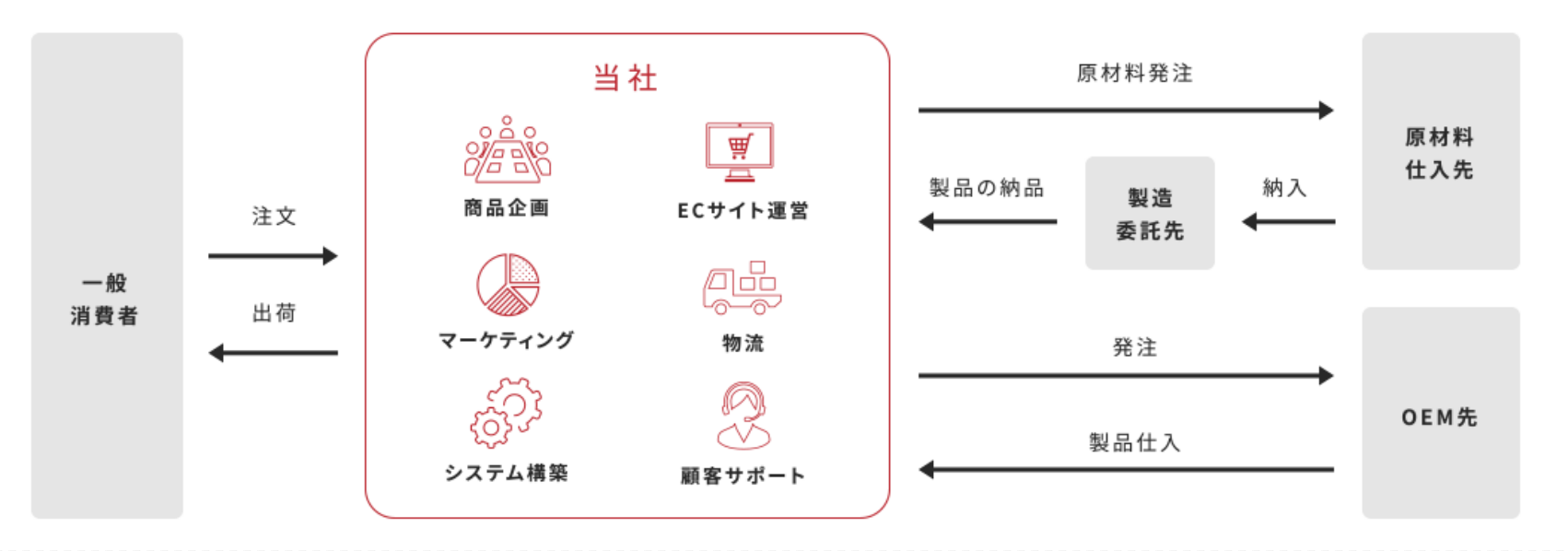
Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

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

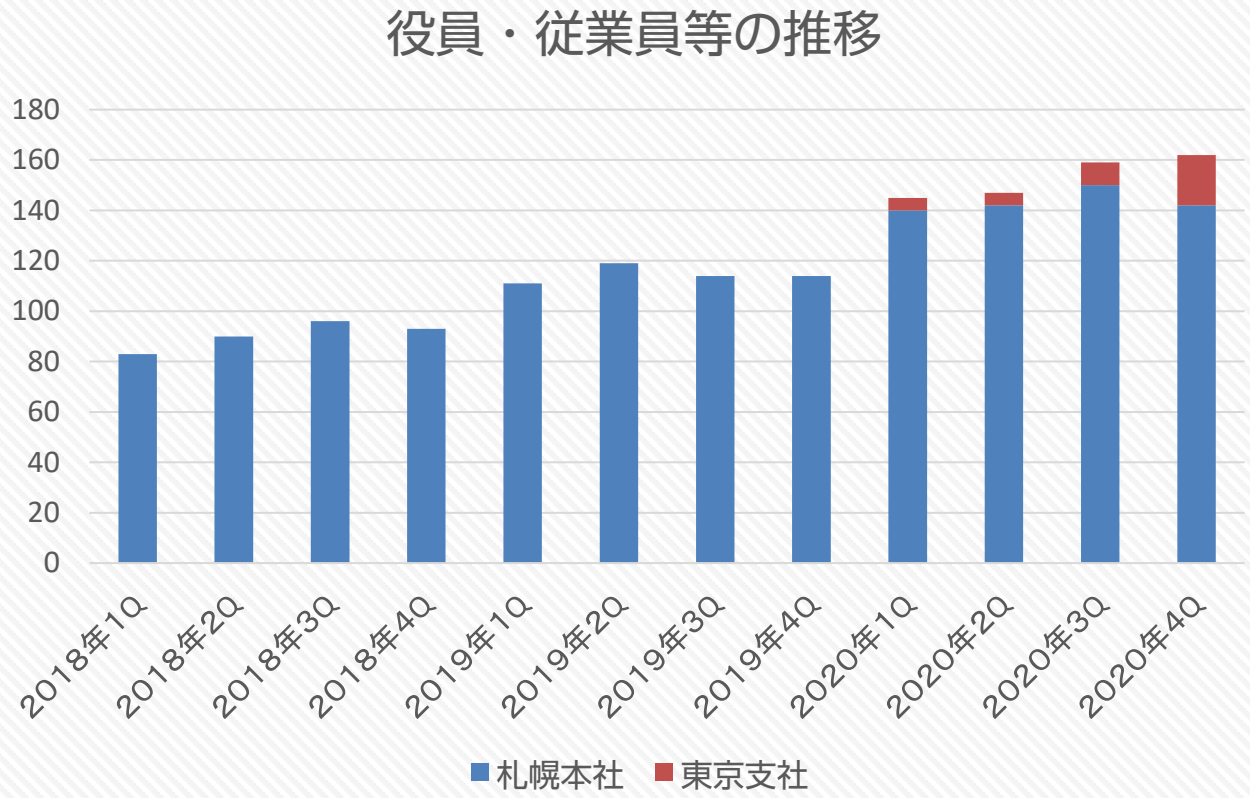
Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

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.

◆2020年２月期の新商品

「刺す化粧品シリーズ」
第２弾

『ミケンディープパッチ』
2019年７月発売

「刺す化粧品シリーズ」
第３弾

『オデコディープパッチ』
2019年９月発売

だらだら・ベタベタのお悩みに
飲んで内側からアプローチする
男性専用サプリメント

『アセスケア』
2019年11月発売

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

◆機能性表示食品と医薬部外品のリニューアル

発売開始から６年
健康食品
↓
機能性表示食品に！！

『北の大地の夢しずく』
2019年６月

発売開始から13年
当社ロングセラー商品
健康食品
↓
機能性表示食品に！！

『カイテキオリゴ』
2019年９月

新発売から２年
化粧品
↓
医薬部外品に！！

『ルミナピール』
2020年１月

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.

◆主な実績ランキング及び受賞

■「初任給ランキング2019」において、３位にランクイン（日本経済新聞）
■「中堅上場企業（NEXT1000）のうち３年間で平均給与を増やした企業」において、２位にランクイン（日本経済新聞）
■　当期予想営業利益の増加率が高い「成長株ランキング」において、４位にランクイン（ダイヤモンド社）
■「JPX日経中小型株指数」の構成銘柄に２年連続で選定（東京証券取引所及び日本経済新聞）
■「中堅上場企業（NEXT1000）の３年連続増収企業の増収率ランキング」において、10位にランクイン（日本経済新聞）
■「アジア通販サミット2019」において、「インターネットショッピング賞」を受賞
■「株主資本配当率（DOE）の３年平均が高い中堅上場企業（NEXT1000）」において、３位にランクイン（日本経済新聞）
■「市場が評価した経営者ランキング」において、当社代表取締役社長木下勝寿が１位に選出（東洋経済オンライン）
■「2018年度に外国人株主が増えた中堅上場企業（NEXT1000）」において、２位にランクイン（日本経済新聞）
■「連続増益でROEが高い企業」として、当期予想ROE55.4%（東洋経済予想）の当社が１位にランクイン（東洋経済オンライン）
■「Asia's 200 Best Under A Billion（優良小型上場企業）」に3度目の選出（米国の経済誌Forbesアジア版、フォーブス アジア）
■「各都道府県で最も利益率が高い会社ランキング2019中間決算」（２月期決算と３月期決算の上場企業の第２四半期累計期間の営業利益率の比較）において北海道でトップ、全国で８位にランクイン（ダイヤモンド・オンライン）
■「投下資本営業利益率（ROIC）の３年平均が高い中堅上場企業（NEXT1000）」において、３位にランクイン（日本経済新聞）
■「３年間のPBR（株価純資産倍率）上昇幅が大きい中堅上場企業（NEXT1000）」において、３位にランクイン（日本経済新聞）
■「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（日本経済新聞）

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。

Kitanotatsujin Corporation All rights reserved.