



2020年2月期 決算短信〔日本基準〕(非連結)

2020年4月14日

上場取引所 東 札

上場会社名 株式会社北の達人コーポレーション
コード番号 2930 URL <https://www.kitanotatsujin.com>

代表者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 木下 勝寿

問合せ先責任者 (役職名) 専務取締役管理部長 (氏名) 清水 重厚

TEL 050-2018-7864(直通)

定時株主総会開催予定日 2020年5月28日

配当支払開始予定日

2020年5月29日

有価証券報告書提出予定日 2020年5月29日

決算補足説明資料作成の有無 : 有

決算説明会開催の有無 : 有 (新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から代表取締役社長による決算説明の動画配信を予定。)

(百万円未満切捨て)

1. 2020年2月期の業績(2019年3月1日～2020年2月29日)

(1) 経営成績

(%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2020年2月期	10,093	21.4	2,915	56.6	2,923	57.1	1,974	52.7
2019年2月期	8,312	57.1	1,861	32.6	1,861	32.6	1,293	36.4

	1株当たり当期純利益	潜在株式調整後1株当たり 当期純利益	自己資本当期純利益 率	総資産経常利益率	売上高営業利益率
2020年2月期	円 銭 14.21	円 銭 —	% 54.2	% 57.7	% 28.9
2019年2月期	円 銭 9.30	円 銭 9.28	% 48.9	% 48.2	% 22.4

(参考) 持分法投資損益 2020年2月期 一百万円 2019年2月期 一百万円

(2) 財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
2020年2月期	百万円 5,902	百万円 4,347	% 73.7	円 銭 31.28
2019年2月期	百万円 4,240	百万円 2,942	% 69.4	円 銭 21.17

(参考) 自己資本 2020年2月期 4,347百万円 2019年2月期 2,942百万円

(3) キャッシュ・フローの状況

	営業活動によるキャッシュ・フロー	投資活動によるキャッシュ・フロー	財務活動によるキャッシュ・フロー	現金及び現金同等物期末残高
2020年2月期	百万円 2,142	百万円 △100	百万円 △643	百万円 4,088
2019年2月期	百万円 1,193	百万円 △184	百万円 △829	百万円 2,687

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向	純資産配当 率
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
2019年2月期	円 銭 —	円 銭 1.60	円 銭 —	円 銭 2.00	円 銭 3.60	百万円 500	% 38.7	% 18.5
2020年2月期	円 銭 —	円 銭 2.10	円 銭 —	円 銭 2.20	円 銭 4.30	百万円 597	% 30.3	% 16.4
2021年2月期(予想)	円 銭 —	円 銭 1.80	円 銭 —	円 銭 1.20	円 銭 3.00		% 30.7	

3. 2021年2月期の業績予想(2020年3月1日～2021年2月28日)

(%表示は、通期は対前期、四半期は対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり当期 純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
第2四半期(累計)	4,345	△14.0	1,229	△11.6	1,230	△11.5	832	△12.2	5.99
通期	8,227	△18.5	2,006	△31.2	2,007	△31.4	1,357	△31.2	9.77

※ 注記事項

(1) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
- ② ①以外の会計方針の変更 : 無
- ③ 会計上の見積りの変更 : 無
- ④ 修正再表示 : 無

(2) 発行済株式数(普通株式)

① 期末発行済株式数(自己株式を含む)	2020年2月期	141,072,000 株	2019年2月期	141,072,000 株
② 期末自己株式数	2020年2月期	2,105,200 株	2019年2月期	2,105,200 株
③ 期中平均株式数	2020年2月期	138,966,800 株	2019年2月期	139,045,830 株

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

・本資料に記載されている業績見通し等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、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想に関する事項については、添付資料「1. 経営成績等の概況(4)今後の見通し」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当期の経営成績の概況	2
(2) 当期の財政状態の概況	7
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	8
(4) 今後の見通し	9
(5) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当	10
2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	10
3. 財務諸表及び主な注記	11
(1) 貸借対照表	11
(2) 損益計算書	13
(3) 株主資本等変動計算書	15
(4) キャッシュ・フロー計算書	16
(5) 財務諸表に関する注記事項	17
(継続企業の前提に関する注記)	17
(表示方法の変更)	17
(持分法損益等)	17
(セグメント情報等)	18
(1株当たり情報)	19
(重要な後発事象)	19

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当事業年度につきましては、ヒアルロン酸マイクロニードル「刺す化粧品シリーズ『ヒアロディープパッチ』」の大ヒット、さらにそれに続く「刺す化粧品シリーズ」を中心とした新商品のリリースによって、売上高は10,093,343千円(前事業年度比21.4%増)、営業利益は2,915,329千円(前事業年度比56.6%増)となりました。これにより、当社が2012年5月に札幌証券取引所アンビシャス市場へ新規上場した際に掲げておりました「高い利益率を維持したままでの売上高100億円」という当初の目標を達成いたしました。

当事業年度の実績値と業績予想値との比較につきましては、営業利益が当初予想2,702,418千円を212,910千円上回る2,915,329千円に達する等、各段階利益が大幅に超過した一方で、売上高は当初予想10,939,644千円を846,301千円下回る10,093,343千円となりました。

売上高の業績予想値に対する未達要因といたしましては、まず、『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により、当事業年度における定期売上の積み上げが遅れたことが挙げられます。発送遅延期間中は、売上の約7割を支える定期顧客への発送を優先したため、既存の定期顧客への発送は滞りなく対応できましたが、新規ご注文分の発送が最大で約3ヵ月遅延いたしました。当社は、新規で獲得したお客様が定期会員に切り替わり、その後も継続的に商品を購入していただくことで安定成長する定期購入型のビジネスモデルを採用しておりますが、今回の発送遅延により新規で獲得したお客様の定期会員への移行時期が遅れたことで、約160百万円の定期売上が当事業年度内に計上できませんでした。なお、発送遅延に関しましては、生産キャパシティの増強により2019年12月には完全に解消しており、現在は正常に出荷されております。

次に、当事業年度の後半において4つの原因により新規獲得件数が伸び悩んだことが挙げられます。

1つ目は、将来の売上および利益のさらなる拡大のため重点的に取り組んだ集客体制の整備において、積極的な採用により集客部門の人員拡大は順調に進んだものの、教育が追いつかなかったことにあります。

ウェブマーケティングで効果を上げるためには、「ウェブ広告配信の適切な運用(広告の費用対効果を鑑みた適切な予算管理や、広告の配信管理、広告出稿メディアの選定、配信対象となるユーザーの選定など)」と「適切な広告クリエイティブ(ユーザーの購買意欲を高められるような広告、販売ページなどの制作物)」が重要です。

「ウェブ広告配信の適切な運用」に関しては前事業年度から当事業年度にかけて、「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)」の完成および運用メンバーのスキルアップにより、適切な運用ができる体制がほぼ整いました。しかし、「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十分に追いつきませんでした。

通信販売においては「商品力」はもちろんのことながら「広告クリエイティブ」によって売上が大きく左右されます。良いクリエイティブができた際には売上を大きく伸ばすことができますが、良いクリエイティブであっても一定期間を経過すると「疲弊(見飽きられる)現象」が生じ、ユーザーの反応が悪化していきます。よって、視点や切り口を変えたクリエイティブに次々と入れ替えて新鮮さを保ちながら反応を維持していく必要があります。そのため、当社は「定期的なクリエイティブのブラッシュアップ」のためのクリエイティブロジック、マニュアル、サポートシステムを完備しております。しかし、第3四半期会計期間以降、数商品のクリエイティブにおいて、疲弊現象が生じた際に、急速に増加したメンバーの教育が追いついておらず、それらのツールを使いこなすことができないメンバーが多かったため、クリエイティブの新鮮さを適切に維持できず新規獲得件数が伸び悩む結果となりました。現在は教育体制の強化、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取り組んでおり、翌事業年度以降の新規獲得件数の増加を目指してまいります。

2つ目は、2019年10月の消費増税による個人消費の落ち込みに加えて、2020年2月以降の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も新規獲得件数が減少した一因であると分析しております。

3つ目は、商品開発につきまして当事業年度における新商品のリリースが3商品に留まる結果となったことが挙げられます。当社は、ブームやトレンドに左右されない確かな品質に裏付けられたロングセラー商品を開発することを基本戦略としております。直近の数事業年度の傾向といたしまして、主力商品が健康食品から化粧品へと移行しております。当社が取り扱う「基礎化粧品」は「メイクアップ化粧品」と比較するとトレンドの影響は限定されますが、健康食品の需要の一定感と比較すると一定程度需要の波の影響があります。よって、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りましたが、当初の見込みほど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する結果となりました。

今後は、確かな品質に裏付けられたロングセラー商品を開発するという基本戦略を維持しつつ、商品の分野によってはトレンドも意識して開発スピードを上げていく取り組みに注力してまいります。

4つ目は、さまざまな施策によって広告投資効率が改善されていたにもかかわらず、それを適切な広告投資の判断につなげることができず、一部新規獲得の機会損失が生じたことが挙げられます。

当事業年度では、広告投資効率の指標の1つであるROAS(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。)が前事業年度の0.84から0.98に改善されております。

これは、『ヒアロディープパッチ』の発送遅延により新規獲得のための広告宣伝費を抑制したこと、BS放送等でのインフォーマーシャル広告で比較的低コストでの新規獲得ができたこと、各商品の知名度が上がったことで広告宣伝費を要さない(検索エンジン経由等の)新規獲得が増えたことに加え、顧客の購買動向分析を販売ページに活かす等のさまざまな創意工夫により新規売上単価が向上したことによるものです。

ROASの改善を受け、本来であれば新規獲得件数を増大させるための投資を拡大すべきでしたが、データ計測の不備により数値化の反映が遅れたため投資拡大の判断が遅れました。通常、新規売上単価が向上した場合、顧客1人あたりの1年間の売上(1年LTV)も向上するため、注文1件あたりにかかる新規獲得広告宣伝費の上限値(上限CPO)を引き上げ、新規獲得件数をさらに増大させる必要があります。しかし、データ計測の不備により1年LTVが向上したことの認識が遅れ、新規獲得の機会損失が生じたことも当事業年度における新規獲得件数が伸び悩んだ原因として挙げられます。

以上のように、当事業年度においては、売上高は当初予想10,939,644千円を846,301千円下回る10,093,343千円となった一方で、事業年度の後半において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えられたため、当事業年度における広告宣伝費は2,748,221千円と当初の計画3,614,742千円を大幅に下回り、営業利益が当初予想2,702,418千円を212,910千円上回る2,915,329千円となりました。

「刺す化粧品シリーズ」につきましては、第2弾として2019年7月9日に『ミケンディープパッチ』を発売いたしました。本商品は、ヒアルロン酸等の美容成分を凝縮した針を直接眉間に刺すことで、凝り固まった肌を柔らかくし、若見えへと導く眉間専用のエイジングケア化粧品です。本商品は、発売時点での先行予約数が2万個を突破したうえ、発売初月の売上高が過去最高記録を更新いたしました。

2019年9月27日には、「刺す化粧品シリーズ」の第3弾としてヒアルロン酸等の美容成分を凝縮した針を額の溝に直接刺すことで、美容成分を角質層まで直接届け、ハリとツヤのある肌へと導く額専用のエイジングケア化粧品『オデコディープパッチ』を発売いたしました。

さらに、当事業年度末後の2020年3月31日には、「刺す化粧品シリーズ」の第4弾として、毛穴が密集している目立ちやすい“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、保湿成分や引き締め成分などでできた小さな針を敷き詰めたシートを毛穴が目立つ頬の部分に貼ることで、つるんとなめらかな素肌へと導く頬の毛穴専用の化粧品『チークポアパッチ』を発売いたしました。

なお、これらの「刺す化粧品シリーズ」の商品につきましては、複数の雑誌に取り上げられるなど、多方面から非常に注目を浴びております。

また、「刺す化粧品シリーズ」は、そのシリーズ名に関する「刺す化粧品」等の複数のキーワードを予め商標取得しており、後発の類似品が登場したとしても、他社が当社登録商標と類似した表示を使用できないよう対策を講じ、広告宣伝の効果を高めております。当社の強みは、「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』」に基づく圧倒的な商品力と、徹底したマーケティングによる高い顧客獲得力にありますが、「刺す化粧品シリーズ」は、この2つの強みに加えて商標登録による類似品対策も行っていることから、市場において圧倒的な地位を確立するものと考えております。

今後につきましては、「刺す化粧品シリーズ」全体の売上拡大とブランド確立を目指すとともに、マイクロニードル化粧品市場を拡大し牽引してきたマーケットリーダーとしての実績に甘んじず、さらなる成長を目指してまいります。

そのほか、新商品につきましては、2019年11月11日に、「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』」を発売いたしました。本商品は、自律神経のバランスをサポートする5つの成分を複合的に配合しているほか、男性特有の体質に合わせ、ニオイ対策にも対応している商品です。

2020年1月7日には、手の甲のシミでお悩みの方に向けた、「古い角質を落とす」×「美白」のWアプローチで手元年齢に差をつける手の甲専用ピーリングジェル『ルミナピール』を医薬部外品としてリニューアル発売いたしました。

また、消費者の「自主的かつ合理的な商品選択の機会の確保」を促すために、事業者の責任において健康の維持および増進に役立つことを表示する「機能性表示食品」制度の活用に向けた取り組みを進めております。

当社主力商品の1つである『カイトキオリゴ』につきましては、2019年5月23日に、便秘傾向者の便通を改善する(排便量・排便回数を増やす)機能がある「機能性表示食品」として消費者庁に受理され、2019年9月2日に、「便通改善に有効な高純度・高品質なオリゴ糖食品『カイトキオリゴ』」としてリニューアル発売いたしました。『カイトキオリゴ』は、日本初となる5種類もの便通改善成分(ラフィノース、ラクチュロース、フラクトオリゴ

糖、イソマルトオリゴ糖、 α -シクロデキストリン)を含む機能性表示食品であり、複数のオリゴ糖を機能性関与成分とした商品としても日本初の機能性表示食品となります。

2018年11月16日に同じく「機能性表示食品」として消費者庁に受理されました『北の大地の夢しずく』も、2019年6月24日より新たに機能性表示食品として発売いたしました。本商品は、2013年より販売しておりました休息サポート飲料『北の大地の夢しずく』のリニューアル商品で、睡眠の質を高める植物由来成分「ラフマ」配合のタブレットタイプのサプリメントです。「ホンマでっかTV(フジテレビ)」等のTV、雑誌やラジオにも多数出演している、日本睡眠学会・睡眠医療認定医の西多昌規医師からも、信頼できる商品として推薦されております。

これらの商品は、広告宣伝を行う際に、医薬品医療機器等法の各種法令上、直接的な効能表現ができず間接的な表現のみ可能でした。しかし、医薬部外品としての承認や機能性表示食品の届出受理によって、「シミ対策、美白」、「便通を改善する」、「睡眠の質を高める」といった直接的な効能表現が可能になり、お悩みをお持ちのお客様に伝わりやすい訴求を行うことで、新規顧客の獲得効率がさらに高まり、新規獲得件数と売上の大幅な拡大が期待できます。

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2019」におきまして、当社が出展した全ての商品が金賞、最高金賞を受賞いたしました。まず、『カイトキオリゴ』が8年連続、『みんなの肌潤糖アトケアタイプ』が7年連続、『みんなの肌潤糖クリアタイプ』が5年連続で最高金賞を受賞いたしました。また、『二十年ほいっぷ』が7年連続、『アイキララ』が4年連続、『ヒアロディーブパッチ』および『クリアネイルショット アルファ』が3年連続で金賞を受賞したほか、『ハンドピュレナ』、『メンズアイキララ』および『おこさま用カイトキオリゴ』の3商品が金賞を初受賞いたしました。『ヒアロディーブパッチ』、『クリアネイルショット アルファ』は3年連続で金賞を受賞したことにより、3年連続で金賞以上を受賞した製品に贈られる「インターナショナル・ハイクオリティー・トロフィー」もあわせて受賞いたしました。

また、日本トレンドマップ研究所が実施したインターネットのアンケート調査では、「刺す化粧品シリーズ『ヒアロディーブパッチ』」が、美容成分満足度部門、愛されスキンケア部門、コスパ部門、簡単ケア部門、頼れるスキンケア部門で第1位となり、5冠を達成いたしました。「首元の年齢サインにアプローチする『ネックエステミスト』」につきましても、同研究所が実施したインターネットのアンケート調査により、ネックケア部門、首元のハリ不足ケア部門、首元のエイジングケア部門、ネックケアおすすめ度部門、ネックケアコスパ部門で第1位となり、5冠を達成しております。さらに、「男性のための目の下特化型アイショットクリーム『メンズアイキララ』」につきましても、同研究所が調査した男性の目元ケアに関するインターネットのアンケート調査において、男性用目元ケア化粧品で人気ランキング第1位を獲得いたしました。

当社が独自に開発し導入を進めてまいりました自社広告システムにつきましては、効果を最大化するために、各広告媒体のアップデートや新しい機能の追加に適時に対応するなど、引き続き機能面の強化を図るアップデートを実施しながら、稼働しております。

実際の広告運用体制といたしましては、「自社広告システムによる広告運用」と「人的な管理の直接運用」を共存させております。「自社広告システムによる広告運用」は、クリエイティブ・セグメント・運用という3つの領域を明確に分けた設計・運用体制に細分化することで、経験が特定分野に限定された若手人材であっても成果を生み出せるよう改良し、経験年数の浅い社員でも早期に利益貢献できる体制となっております。「人的な管理の直接運用」における広告運用につきましては、各広告媒体で頻繁に発生するアップデートや新しい機能の追加などの情報を即座にキャッチアップすることにより、常に広告運用方法の最適な改善を行うことを目的としております。このように、自社広告システムで対応できない部分に関しては経験豊かな担当者が運用することで、当社独自の広告運用効果・効率を最大化できる体制となっております。なお、中核人材が広告媒体のアルゴリズムの分析等に注力していくことができるよう、広告の入稿作業等の定型的な作業部分はアルバイトやパートを中心とした人員を活用する等の分業を行うことに加えて、RPA(Robotic Process Automation)化を進めることで業務の効率化を図っております。今後も、システム化が可能な業務に関しては、随時自社広告システムに機能追加を行い、同時に効率化を進めていくことで、従来注力することができなかった商品や広告媒体もカバーすることが可能な体制を構築してまいります。

そのうえで、採用を通じてクリエイティブ担当者の増員を行うとともに、集客部門内部において人員配置の変更を実施し、クリエイティブ担当者の比率を上げました。また、商品別プロモーション戦略を統括する担当者の役割について、従来は商品販促の施策検討から中長期的な結果分析、考察までを一貫して担当しておりましたが、商品販促の施策検討に役割を絞り、プロモーションについて中長期的な結果分析および考察を専門に行う担当を新たに設置いたしました。

そのほか、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やインフルエンサーの起用など、新たな集客方法を模索する専門の企画チームを新設いたしました。具体的には、BS放送等へのインフォーマーシャル広告を徐々に拡大させることによって、インターネットでは商品を購入しないお客様へのアプローチを行い、新たな市場

を開拓しているほか、女性イメージキャラクターを新たに起用することによって、話題性や認知度を利用した手法の広告を展開しております。

今後も売上・利益の拡大に向け、さまざまな施策を打ち出してまいります。

海外事業展開につきましては、台湾支社の業績拡大のため、台湾出身の専任担当者を複数名配置し、国内事業で得たウェブ広告のノウハウを台湾での広告配信に活用したことで、Yahoo!やGoogleの広告を中心に成果を上げ、さらに2019年12月には、取り扱う商品数を増加させたことで着実に売上を拡大し、当事業年度の売上高100億円の達成に貢献いたしました。今後も事業の拡大に向けてさらに注力してまいります。

対外的な情報発信につきましては、2019年5月28日開催の定時株主総会終了後に、決算説明会を実施いたしました。同株主総会におきましては、報告事項や決議事項についてパワーポイント資料を投影することで、株主の皆様当社をより理解していただけるように株主総会のビジュアル化を実施するとともに、株主総会および決算説明会の動画および資料を、公式企業サイトで公開いたしました。さらに、海外投資家の皆様に対する情報発信の強化を目的に、決算発表やアナリストレポートを英文化して海外の主要メディアに配信する体制を整備いたしました。

また、投資家の皆様に対する情報発信をより積極的に行っていく取り組みの一環として、当事業年度にかかる決算発表日である2020年4月14日に決算補足説明資料および決算説明動画を公表しております。

社外からの評価といたしましては、2019年3月25日に、日本経済新聞の「初任給ランキング2019」において、3位にランクインしたほか、2019年4月23日に、日本経済新聞全国版にて「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位にランクインいたしました。また、2019年5月20日に、ダイヤモンド社が公表した、今期予想営業利益の増加率が高い「成長株ランキング」（営業利益の増加率が3期連続10%以上の企業が対象）において、4位にランクインいたしました。

2019年6月21日発売の金融情報誌「ダイヤモンド・ザイ」2019年8月号の記事「10倍株の見つけ方&発掘54銘柄」に掲載されたほか、2019年7月9日に、日本経済新聞全国版にて「直近3年間の平均ROEが高い中堅上場企業（NEXT1000）」として、3年平均ROE40.8%の当社が掲載されました。2019年8月7日には、株式会社東京証券取引所およ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（2019年8月30日適用）に2年連続で選定されました。「JPX日経中小型株指数」とは、JPX日経インデックス400で導入した「投資者にとって投資魅力の高い会社」を構成銘柄とするとのコンセプトを中小型株に適用することで、資本の効率的活用や投資者を意識した経営を行っている企業を選定するとともに、こうした意識をより広範な企業に普及・促進させることを目指すものです。

続いて、2019年8月21日発売の金融情報誌「ダイヤモンド・ザイ」2019年10月号の「最強日本株 2019年・夏の陣」特集において、「10万円台以下で買える魅力的な株」に掲載されました。

2019年9月3日には、日本経済新聞全国版にて「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位にランクインいたしました。

また、2019年9月25日、26日に開催された「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」を受賞し、当社代表取締役社長木下勝寿が、「北の達人流次世代デジタルマーケティング」をテーマとして基調講演に登壇いたしました。アジア通販サミットとは、日本通信販売協会（JADMA）、中国電子商会（CECC）、韓国オンラインショッピング協会（KOLSA）の3か国の通販業界団体により共同開催される国際的な民間交流イベントであり、日中韓の優秀な企業が表彰され、各国の代表者による講演が行われています。

その後も、2019年10月1日には、日本経済新聞全国版にて「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位にランクインいたしました。同4日には、東洋経済ONLINEにて、全上場企業の代表者を対象に、現在の役職に就任してから直近までの株式時価総額および営業利益の増加倍率を集計した「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位に選出されました。

さらに、2019年11月19日に、日本経済新聞全国版にて、高い増収率と成長力が海外投資家を惹きつけているとして「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位にランクインいたしました。2019年12月13日には、東洋経済ONLINEにて「連続増益でROEが高い企業」として、今期予想ROE55.4%（東洋経済予想）の当社が1位にランクインいたしました。

また、米国の経済誌Forbesアジア版、フォーブス アジア 2019年7月/8月号にて掲載の「Asia's 200 Best Under A Billion（優良小型上場企業）」に選出されました。当社の選出は今回で3度目となります。「Asia's 200 Best Under A Billion」は、アジア太平洋地域を代表する年間売上10億ドル未満の上場企業の中から、優良上場企業200社を選出したものです。評価対象は、売上高が500万ドル～10億ドルで堅実な収益性を維持しており、上場後1年以上経過している企業となります。今回は、1万9,000社の中から、過去12ヵ月間かつ3年間にわたる売上・利益成長、および5年間のROEの高さに基づいて、アジア太平洋地域にて優良な業績を収めている200社が選出されております。

2019年12月26日には、ダイヤモンド社が公表した、「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位にランクインしたほか、2020年1月14日には、日本経済新聞全国版にて、投資効率が高かった企業を調査した「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位にランクインいたしました。

さらに、日本経済新聞全国版にて、2020年2月11日には、「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、2020年3月24日には「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位にランクインいたしました。

なお、当社株式は、2019年8月1日より、東京証券取引所市場第一部および札幌証券取引所市場の貸借銘柄に選定されました。当社株式は以前より東京証券取引所市場第一部および札幌証券取引所市場の制度信用銘柄に選定されておりましたが、貸借銘柄に選定されたことにより、当社株式の流動性および需給関係の向上を促進し、売買の活性化と公正な価格形成に資するものと考えております。

経営基盤強化の面に関しましては、引き続き積極的に人員の増強を図っております。当事業年度末までに全体で48名(前事業年度末役員・従業員数113名)、特に集客部門に関しましては24名もの増員を行いました。

人員増強を支えるオフィスインフラ面におきましては、2019年3月18日に今後の業容拡大に備えるべく、札幌市の中心部に位置する「さっぽろ創世スクエア」の25階に本社を移転いたしました。「さっぽろ創世スクエア」は、2018年5月に竣工した大型複合ビルであり、札幌文化芸術劇場hitaru等の文化施設を備えた、札幌市の新しいランドマークでもあります。さらに、2019年4月15日には、新たに東京都中央区日本橋に東京支社を開設いたしました。東京支社では、高いスキルと豊富な経験を有する人材を採用しており、営業部門・商品開発部門・管理部門を中心とした配置を進めております。

なお、東京支社につきましては、2020年2月に増床しており、数年以内を目処に、札幌本社と東京本社の2本社制に移行する予定であります。2本社制に移行することでさらなる採用の強化を図り、経験者を中心とした人材の獲得につなげてまいります。

知的財産権保護につきましては、「競合・模倣対策室」を中心に、当社およ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ESPERANZA(以下、ESPERANZA社)を被告として、商標権侵害行為の差止めおよび12,228千円余りの損害賠償などを求めて、2019年6月4日に、東京地方裁判所に訴訟を提起いたしました。当社は、訴状の中で、当社が販売するスキンケア商品『みんなの肌潤糖(アトケアタイプ・クリアタイプ)』に類似する「天使の肌砂糖」という標章を付した同種商品の販売行為が商標権侵害等にあたり、当社ウェブサイトに掲載中の画像・挿絵などに著しく類似する画像・挿絵などをESPERANZA社ウェブサイトに掲載した行為が著作権侵害にあたりと主張しております。

また、2018年2月7日付「株式会社はぐくみプラスに対する訴訟提起について」にて公表いたしましたとおり、株式会社はぐくみプラス(以下、はぐくみプラス社)を被告として、はぐくみプラス社による品質誤認表示・信用毀損行為の差止め、品質誤認表示の抹消、虚偽の事実を記載した文書の回収、および1,379,440千円の損害賠償のうち一部である100,000千円の支払い等を求め、訴訟を提起しておりましたが、今般、訴訟上明らかにされた証拠を検討いたしましたところ、それらの行為により当社が被った損害額が、1,118,443千円余りであると判断し、2020年2月17日に訴えの変更申立書を東京地方裁判所に提出いたしました。

さらに、当事業年度末後には、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。同申立ては、上記の訴訟とは異なる申立てであり、当社商品『カイトキオリゴ』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、また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るものです。

今後も、同対策室を中心として、当社の知的財産権の侵害、また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。これらの法的措置による業績への影響につきまして、開示すべき事項が発生した場合には速やかに情報開示をいたします。

株主優待制度につきまして、1単元(100株)以上保有の全ての株主様へ一律に、目の下専用アイクリーム『メンズアイキララ』(10g、約1ヵ月分、定価4,864円(税込))を年1回贈呈することに変更(拡充)いたしました。2020年2月28日の終値(521円)で計算すると、1単元(100株)保有の場合、株主優待利回りは9.3%と高水準の利回りとなります。さらに、2020年4月14日に公表いたしました1株当たり年間配当金4円30銭(予想)を加味した利回りは10.2%となります。

以上の結果、当事業年度の売上高は10,093,343千円(前事業年度比21.4%増)となりました。営業利益は2,915,329千円(前事業年度比56.6%増)、経常利益は2,923,996千円(前事業年度比57.1%増)、当期純利益は1,974,824千円(前事業年度比52.7%増)となりました。

なお、2020年2月期の1株当たり期末配当金につきましては、2019年10月15日に発表いたしました配当予想金額2円10銭から10銭増配し、2円20銭となる予定であります。既に実施いたしました中間配当金2円10銭とあわせて年間配当金は1株当たり4円30銭(配当性向30.3%)となり、配当開始以来7期連続の増配を予定しております。2020年2月期の1株当たり年間配当金につきましては、中間配当金、期末配当金のいずれも増額修正となります。

(2) 当期の財政状態の概況

(資産)

当事業年度末の総資産は、前事業年度末と比べ1,661,517千円増加し、5,902,151千円となりました。

内訳といたしましては、主に流動資産が5,521,246千円となり、前事業年度末と比べ1,562,341千円の増加となりました。その主な要因は、現金及び預金が1,400,738千円、売掛金が42,508千円、たな卸資産が115,886千円増加したこと等によるものであります。そのほかに固定資産が380,905千円となり、前事業年度末と比べ99,176千円の増加となりました。その主な要因は、建物が82,546千円増加したこと等によるものであります。

(負債)

当事業年度末の負債は、前事業年度末と比べ256,457千円増加し、1,554,797千円となりました。

これは主に買掛金が61,307千円、未払法人税等が384,351千円増加した一方で、未払金が66,295千円、未払消費税等が70,564千円、1年内返済予定の長期借入金が74,943千円減少したこと等によるものであります。

(純資産)

当事業年度末の純資産は、前事業年度末と比べ1,405,060千円増加し、4,347,354千円となりました。

これは当期純利益の計上により利益剰余金が1,974,824千円増加した一方で、剰余金の配当により利益剰余金が569,763千円減少したことによるものであります。

（3）当期のキャッシュ・フローの概況

当事業年度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1,400,738千円増加し、4,088,384千円となりました。

当事業年度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）

当事業年度において営業活動の結果増加した資金は、2,142,937千円（前年同期は1,193,600千円の増加）となりました。この主な要因は、税引前当期純利益2,919,201千円、仕入債務の増加61,307千円が生じた一方で、売上債権の増加42,508千円、たな卸資産の増加115,886千円、未払金の減少71,537千円、法人税等の支払額596,825千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）

当事業年度において投資活動の結果減少した資金は、100,273千円（前年同期は184,820千円の減少）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86,004千円、差入保証金の差入による支出22,180千円が生じた一方で、差入保証金の回収による収入12,572千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）

当事業年度において財務活動の結果減少した資金は、643,498千円（前年同期は829,596千円の減少）となりました。この要因は、長期借入金の返済による支出74,943千円、配当金の支払額568,555千円が生じたことによるものであります。

（参考）キャッシュ・フロー関連指標の推移

	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
自己資本比率（％）	86.5	67.4	67.3	69.4	73.7
時価ベースの自己資本比率（％）	343.6	295.9	2,691.7	1,448.4	1,226.7
キャッシュ・フロー対有利子負債比率（年）	—	0.5	0.2	0.1	—
インタレスト・カバレッジ・レシオ（倍）	3.0	1,335.6	1,539.4	3,425.6	45,504.4

（注）1. 自己資本比率・・・・・・・・・・・・・・・・・・自己資本／総資産

時価ベースの自己資本比率・・・・・・・・・・株式時価総額／総資産

キャッシュ・フロー対有利子負債比率・・有利子負債／営業キャッシュ・フロー

インタレスト・カバレッジ・レシオ・・・・営業キャッシュ・フロー／利払い

2. 株式時価総額は自己株式を除く発行済株式数をベースに計算しています。

3. 営業キャッシュ・フローはキャッシュ・フロー計算書の営業活動によるキャッシュ・フローを使用しております。有利子負債は、貸借対照表に計上されている負債のうち利子を支払っている全ての負債を対象としております。また、利払いについては、キャッシュ・フロー計算書の利息の支払額を使用しております。

(4) 今後の見通し

国内Eコマース市場は、取扱商品の充実や、スマートフォンの普及、配送時間の大幅な短縮化など、主に利便性の向上によって順調に拡大してきました。ネットショッピングが、消費者の購買行動の1つとして一般化しており、今後ますます生活に密着していくものと考えられます。

一方で、新型コロナウイルス感染症の影響による世界的な消費の落ち込みや経済活動の停滞など、影響の予測が難しいリスクが存在しており、先行きの不透明感は増しております。

このような環境のもと、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ます。

まず足元の課題として2020年2月期において生じた課題の解消、特に「クリエイティブ部門の強化」及び「商品開発部門の強化」に注力してまいります。

「クリエイティブ部門の強化」につきましては、2020年2月期において新規獲得件数が伸び悩んだ大きな要因であるクリエイティブメンバーへの教育不足を解決するため、教育体制の強化や管理職の配置を進めるほか、経験者の中途採用強化によりクリエイティブ部門のスキルの向上に優先的に取り組んでまいります。さらに、同部門のみならず、集客部門全体としての強化を図り、新規獲得件数の増加を目指してまいります。

また、2020年2月期における新商品のリリースが3商品に留まったことを受け、「商品開発部門の強化」にも取り組んでまいります。直近の数事業年度の傾向といたしまして、当社の主力商品が、需要の波が少ない健康食品から、需要に一定の波がありトレンドの影響も受ける基礎化粧品へと移行しております。こうした主力商品の移行に対応するため、開発商品ジャンルの拡大、高品質の維持を前提とした商品企画プロセスの見直しや、高いスキルと豊富な経験を有する大手化粧品メーカー出身者等の採用強化、配置転換による増員を通じ、商品開発部門の強化を図ってまいります。

なお、両職種における経験者の採用につきましては、経験者の少ない北海道圏での採用活動から東京支社配属を前提とした全国圏での採用活動に切り替え、採用成功の実現性を高めてまいります。

2021年2月期におきましては、こうした足元の課題の解消に注力し、中長期的なさらなる成長を見据えた内部組織体制の整備期間と位置付けております。なお、2021年2月期の業績見通しにつきましては、足元の課題がどの程度解消されるか現時点では不明確であり、また数値化することが非常に困難であるため、クリエイティブ部門及び商品開発部門の強化がされていない現在の実力かつ新商品の売上は加味しない前提での見通しとなります。

以上により、売上高8,227,826千円(前事業年度比18.5%減)、営業利益2,006,699千円(前事業年度比31.2%減)、経常利益2,007,067千円(前事業年度比31.4%減)、当期純利益1,357,781千円(前事業年度比31.2%減)を見込んでおります。課題の解消が今後の業績へ与える影響について慎重に見極め、修正の必要が生じた場合には、速やかに開示いたします。

なお、新型コロナウイルス感染症による業績見通しへの影響につきましては、消費マインドの冷え込みにより新規獲得件数が現状で2割程度落ち込んでおり、こうした影響は今後も続く見込んでおります。2021年2月期の業績見通しにつきましては、消費マインドの冷え込みによる新規獲得件数の低下が第2四半期累計期間末まで継続すると仮定したものであり、新型コロナウイルス感染症の終息時期によって変動する可能性がございます。

当社は2020年2月期において、2012年5月に札幌証券取引所アンビシャス市場へ新規上場した際に掲げておりました「高い利益率を維持したままでの売上高100億円」という当初の目標を達成いたしました。このような「高い利益率を維持したままでの売上高100億円」の事業を展開するなかで、当社は「高い利益率を保つノウハウ」及び「1商品の売上高を40億円～50億円に育てるノウハウ」を培ってまいりました。これらのノウハウにより、今後は「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」を複数展開することで、売上高1,000億円・営業利益300億円の達成を次なる目標として掲げ、早期に達成できるよう努めてまいります。

（5）利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当

当社は、株主に対する利益還元を経営上の重要な課題の1つとして認識しており、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を努めることを基本方針としております。

このような方針のもと、2020年2月期の業績につきましては、売上高は以前から1つの通過点として目標としておりました100億円を突破し、過去最高を記録したものの、当初予想を下回りました。一方、各段階利益につきましては、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や、広告投資効率の改善により、新規獲得のための広告宣伝費が抑えられたため、当初予想を大幅に上回り、売上高同様に過去最高を記録いたしました。

上記を踏まえ、2020年2月期の1株当たり期末配当金につきましては、2019年10月15日に発表いたしました配当予想金額2円10銭から10銭増配し、2円20銭となる予定であります。既の実施いたしました中間配当金2円10銭とあわせて年間配当金は1株当たり4円30銭（配当性向30.3%）となり、配当開始以来7期連続の増配を予定しております。2020年2月期の1株当たり年間配当金につきましては、中間配当金、期末配当金のいずれも増額修正となります。

なお、内部留保金につきましては、経営基盤の強化や事業拡大等に有効投資してまいります。

また、2021年2月期の1株当たり配当金につきましては、当社の利益配分に関する基本方針のとおり、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（配当性向30.7%）を予定しております。

2. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社は、国内の同業他社との比較可能性を確保するため、会計基準につきましては日本基準を適用しております。

なお、将来の国際会計基準（IFRS）の適用につきましては、国内外の諸情勢を考慮の上、適切に対応していく方針です。

3. 財務諸表及び主な注記

（1）貸借対照表

（単位：千円）

	前事業年度 (2019年2月28日)	当事業年度 (2020年2月29日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	2,687,645	4,088,384
売掛金	518,641	561,149
製品	572,664	720,420
仕掛品	13,300	29,381
原材料及び貯蔵品	127,772	79,822
前渡金	24,749	4,550
前払費用	18,584	37,072
その他	3,240	4,240
貸倒引当金	△7,695	△3,775
流動資産合計	3,958,904	5,521,246
固定資産		
有形固定資産		
建物	9,944	87,356
減価償却累計額	△8,794	△3,659
建物（純額）	1,150	83,696
工具、器具及び備品	8,949	38,109
減価償却累計額	△7,204	△12,461
工具、器具及び備品（純額）	1,744	25,648
建設仮勘定	29,947	—
有形固定資産合計	32,842	109,344
無形固定資産		
特許権	870	686
商標権	14,156	13,022
ソフトウェア	16,511	9,643
無形固定資産合計	31,538	23,352
投資その他の資産		
差入保証金	152,957	161,906
繰延税金資産	64,390	86,301
投資その他の資産合計	217,347	248,207
固定資産合計	281,729	380,905
資産合計	4,240,633	5,902,151

（単位：千円）

	前事業年度 (2019年2月28日)	当事業年度 (2020年2月29日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	163,622	224,929
未払金	445,203	378,907
1年内返済予定の長期借入金	74,943	—
未払法人税等	333,482	717,834
未払消費税等	142,710	72,145
前受金	2,608	3,157
預り金	6,519	9,216
販売促進引当金	61,026	63,168
株主優待引当金	38,051	46,574
返品調整引当金	14,344	13,111
資産除去債務	1,120	—
その他	14,707	25,752
流動負債合計	1,298,339	1,554,797
負債合計	1,298,339	1,554,797
純資産の部		
株主資本		
資本金	273,992	273,992
資本剰余金		
資本準備金	253,992	253,992
資本剰余金合計	253,992	253,992
利益剰余金		
その他利益剰余金		
繰越利益剰余金	2,849,883	4,254,943
利益剰余金合計	2,849,883	4,254,943
自己株式	△435,574	△435,574
株主資本合計	2,942,293	4,347,354
純資産合計	2,942,293	4,347,354
負債純資産合計	4,240,633	5,902,151

（2）損益計算書

（単位：千円）

	前事業年度 （自 2018年3月1日 至 2019年2月28日）	当事業年度 （自 2019年3月1日 至 2020年2月29日）
売上高	8,312,465	10,093,343
売上原価		
製品期首たな卸高	353,272	572,664
当期製品製造原価	2,086,543	2,620,606
合計	2,439,816	3,193,271
他勘定振替高	43,051	42,829
製品期末たな卸高	572,664	720,420
たな卸資産廃棄損	28,749	19,053
製品売上原価	1,852,849	2,449,074
売上総利益	6,459,615	7,644,268
返品調整引当金戻入額	6,728	14,344
返品調整引当金繰入額	14,344	13,111
差引売上総利益	6,451,999	7,645,502
販売費及び一般管理費	4,590,238	4,730,173
営業利益	1,861,760	2,915,329
営業外収益		
受取利息	26	24
受取弁済金	199	5,504
サンプル売却収入	551	456
講演料収入	615	377
受取送料	1,451	—
為替差益	—	2,183
その他	118	168
営業外収益合計	2,963	8,714
営業外費用		
支払利息	348	47
為替差損	482	—
貸倒損失	1,176	—
株式交付費	428	—
自己株式取得費用	768	—
その他	6	0
営業外費用合計	3,211	47
経常利益	1,861,512	2,923,996
特別損失		
減損損失	12,141	—
固定資産除却損	—	2,145
本社移転費用	—	2,650
特別損失合計	12,141	4,795
税引前当期純利益	1,849,370	2,919,201
法人税、住民税及び事業税	559,501	966,287
法人税等調整額	△3,376	△21,910
法人税等合計	556,125	944,377
当期純利益	1,293,245	1,974,824

製造原価明細書

区分	注記 番号	前事業年度 (自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)		当事業年度 (自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)	
		金額 (千円)	構成比 (%)	金額 (千円)	構成比 (%)
I 材料費		143,471	6.8	118,393	4.5
II 外注費		1,949,682	93.1	2,520,516	95.5
III 経費	※1	1,421	0.1	1,190	0.0
当期総製造費用		2,094,575	100.0	2,640,099	100.0
仕掛品期首たな卸高		7,058		13,300	
合計		2,101,633		2,653,400	
他勘定振替高	※2	1,790		3,412	
仕掛品期末たな卸高		13,300		29,381	
当期製品製造原価		2,086,543		2,620,606	

(脚注)

前事業年度 (自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)	当事業年度 (自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)
<p>原価計算の方法 製品別総合原価計算を採用しております。</p> <p>※1 経費の内訳は、次のとおりであります。</p> <p>倉庫保管料 1,421千円</p> <p>※2 他勘定振替高の内訳は次のとおりであります。</p> <p>販売促進費への振替高 1,127千円 補償収入と相殺 319千円 マーチャンダイジング費への振替高 342千円</p>	<p>原価計算の方法 同左</p> <p>※1 経費の内訳は、次のとおりであります。</p> <p>倉庫保管料 1,190千円</p> <p>※2 他勘定振替高の内訳は次のとおりであります。</p> <p>販売促進費への振替高 902千円 マーチャンダイジング費への振替高 2,510千円</p>

(3) 株主資本等変動計算書

前事業年度(自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)

(単位:千円)

	株主資本							新株予約権	純資産合計
	資本金	資本剰余金		利益剰余金		自己株式	株主資本合計		
		資本準備金	資本剰余金合計	その他利益剰余金 繰越利益剰余金	利益剰余金合計				
当期首残高	212,924	192,924	192,924	1,989,748	1,989,748	△51,141	2,344,456	1,176	2,345,632
当期変動額									
新株の発行(新株予約権の行使)	61,068	61,068	61,068				122,136		122,136
剰余金の配当				△433,111	△433,111		△433,111		△433,111
当期純利益				1,293,245	1,293,245		1,293,245		1,293,245
自己株式の取得						△384,432	△384,432		△384,432
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)							-	△1,176	△1,176
当期変動額合計	61,068	61,068	61,068	860,134	860,134	△384,432	597,837	△1,176	596,661
当期末残高	273,992	253,992	253,992	2,849,883	2,849,883	△435,574	2,942,293	-	2,942,293

当事業年度(自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)

(単位:千円)

	株主資本							純資産合計
	資本金	資本剰余金		利益剰余金		自己株式	株主資本合計	
		資本準備金	資本剰余金合計	その他利益剰余金 繰越利益剰余金	利益剰余金合計			
当期首残高	273,992	253,992	253,992	2,849,883	2,849,883	△435,574	2,942,293	2,942,293
当期変動額								
剰余金の配当				△569,763	△569,763		△569,763	△569,763
当期純利益				1,974,824	1,974,824		1,974,824	1,974,824
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)							-	-
当期変動額合計	-	-	-	1,405,060	1,405,060	-	1,405,060	1,405,060
当期末残高	273,992	253,992	253,992	4,254,943	4,254,943	△435,574	4,347,354	4,347,354

（4）キャッシュ・フロー計算書

（単位：千円）

	前事業年度 （自 2018年3月1日 至 2019年2月28日）	当事業年度 （自 2019年3月1日 至 2020年2月29日）
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期純利益	1,849,370	2,919,201
減価償却費	13,019	23,738
貸倒引当金の増減額（△は減少）	905	△3,919
販売促進引当金の増減額（△は減少）	9,501	2,142
株主優待引当金の増減額（△は減少）	14,787	8,523
返品調整引当金の増減額（△は減少）	7,616	△1,233
為替差損益（△は益）	△319	△1,535
受取利息及び受取配当金	△26	△24
支払利息	348	47
固定資産除却損	—	2,145
株式交付費	428	—
自己株式取得費用	768	—
貸倒損失	1,176	—
減損損失	12,141	—
本社移転費用	—	2,650
売上債権の増減額（△は増加）	△215,023	△42,508
たな卸資産の増減額（△は増加）	△204,374	△115,886
その他の資産の増減額（△は増加）	△3,572	710
仕入債務の増減額（△は減少）	81,978	61,307
未払金の増減額（△は減少）	196,016	△71,537
前受金の増減額（△は減少）	864	548
その他の負債の増減額（△は減少）	62,673	△41,933
小計	1,828,281	2,742,435
利息及び配当金の受取額	26	24
利息の支払額	△348	△47
法人税等の支払額	△634,359	△596,825
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	1,193,600	2,142,937
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	△31,398	△86,004
無形固定資産の取得による支出	△14,153	△4,161
差入保証金の差入による支出	△140,631	△22,180
差入保証金の回収による収入	—	12,572
関係会社貸付金の回収による収入	1,362	—
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	△184,820	△100,273
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	△133,356	△74,943
配当金の支払額	△431,570	△568,555
新株予約権の行使による株式の発行による収入	120,531	—
自己株式の取得による支出	△385,201	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	△829,596	△643,498
現金及び現金同等物に係る換算差額	319	1,573
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	179,503	1,400,738
現金及び現金同等物の期首残高	2,508,142	2,687,645
現金及び現金同等物の期末残高	2,687,645	4,088,384

(5) 財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(表示方法の変更)

(「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」の適用に伴う変更)

「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号 2018年2月16日)を当事業年度の期首から適用し、繰延税金資産は投資その他の資産の区分に表示する方法に変更しております。

この結果、前事業年度の貸借対照表において、「流動資産」の「繰延税金資産」60,873千円は、「投資その他の資産」の「繰延税金資産」64,390千円に含めて表示しております。

(持分法損益等)

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】

前事業年度(自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)及び当事業年度(自 2019年3月1日 至 2020年2月29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。

【関連情報】

前事業年度(自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)及び当事業年度(自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)

1. 製品及びサービスごとの情報

単一の製品・サービスの区分の外部顧客への売上高が損益計算書の売上高の90%を超えるため、記載を省略しております。

2. 地域ごとの情報

(1) 売上高

本邦の外部顧客への売上高が損益計算書の売上高の90%を超えるため、記載を省略しております。

(2) 有形固定資産

本邦に所在している有形固定資産の金額が貸借対照表の有形固定資産の金額の90%を超えるため、記載を省略しております。

3. 主要な顧客ごとの情報

該当事項はありません。

【報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報】

前事業年度(自 2018年3月1日 至 2019年2月28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。

当事業年度(自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)

該当事項はありません。

【報告セグメントごとののれんの償却額及び未償却残高に関する情報】

該当事項はありません。

【報告セグメントごとの負ののれん発生益に関する情報】

該当事項はありません。

(1株当たり情報)

前事業年度 (自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)		当事業年度 (自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)	
1株当たり純資産額	21.17円	1株当たり純資産額	31.28円
1株当たり当期純利益金額	9.30円	1株当たり当期純利益金額	14.21円
潜在株式調整後1株当たり 当期純利益金額	9.28円	潜在株式調整後1株当たり 当期純利益金額	－円

(注) 1. 当事業年度の潜在株式調整後1株当たり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. 1株当たり当期純利益金額及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

	前事業年度 (自 2018年3月1日 至 2019年2月28日)	当事業年度 (自 2019年3月1日 至 2020年2月29日)
1株当たり当期純利益金額		
当期純利益(千円)	1,293,245	1,974,824
普通株主に帰属しない金額(千円)	－	－
普通株式に係る当期純利益金額(千円)	1,293,245	1,974,824
期中平均株式数(株)	139,045,830	138,966,800
潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額		
当期純利益調整額(千円)	－	－
普通株式増加数(株)	259,429	－
(うち新株予約権(株))	(259,429)	(－)
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額の算定に含めなかった潜在株式の概要	－	－

(重要な後発事象)

該当事項はありません。