



2020年2月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(非連結)

2020年1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.kitanotatsuiin.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)

四半期報告書提出予定日 2020年1月14日

配当支払開始予定日 —

四半期決算補足説明資料作成の有無 : 無

四半期決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2020年2月期第3四半期の業績(2019年3月1日～2019年11月30日)

(1) 経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2020年2月期第3四半期	7,547	26.7	2,182	49.2	2,186	49.5	1,487	47.3
2019年2月期第3四半期	5,958	60.7	1,462	66.5	1,462	66.4	1,009	68.8

	1株当たり四半期純利益	潜在株式調整後1株当たり四半期純利益
	円 銭	円 銭
2020年2月期第3四半期	10.70	—
2019年2月期第3四半期	7.26	7.24

(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
	百万円	円 銭	百万円	円 銭	%	円 銭
2020年2月期第3四半期	5,021	27.77	3,859	21.17	76.9	27.77
2019年2月期	4,240	21.17	2,942	21.17	69.4	21.17

(参考)自己資本 2020年2月期第3四半期 3,859百万円 2019年2月期 2,942百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2019年2月期	—	1.60	—	2.00	3.60
2020年2月期	—	2.10	—	—	—
2020年2月期(予想)	—	—	—	2.10	4.20

(注)直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

3. 2020年2月期の業績予想(2019年3月1日～2020年2月29日)

(%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		1株当たり当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	10,939	31.6	2,702	45.2	2,703	45.2	1,890	46.2	13.60

(注)直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無

※ 注記事項

(1) 四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無

(2) 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

(3) 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3Q	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3Q	2,105,200 株	2019年2月期	2,105,200 株
③ 期中平均株式数(四半期累計)	2020年2月期3Q	138,966,800 株	2019年2月期3Q	139,071,695 株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 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、「1. 当四半期決算に関する定性的情報(3)業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	7
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	7
2. 四半期財務諸表及び主な注記	8
(1) 四半期貸借対照表	8
(2) 四半期損益計算書	9
第3四半期累計期間	9
(3) 四半期キャッシュ・フロー計算書	10
(4) 四半期財務諸表に関する注記事項	11
(継続企業の前提に関する注記)	11
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	11
(追加情報)	11
(セグメント情報等)	11

1. 当四半期決算に関する定性的情報

（1）経営成績に関する説明

当第3四半期累計期間につきましては、前事業年度より引き続き取り組んでおります集客体制の強化および「刺す化粧品-ディープパッチシリーズ」の大ヒットによって、売上高は7,547,227千円（前年同期比26.7%増）、営業利益は2,182,517千円（前年同期比49.2%増）となり、引き続き高い成長を実現しております。「刺す化粧品-ディープパッチシリーズ『ヒアロディープパッチ』」においては、当第3四半期会計期間において新規獲得件数と在庫数量のバランスをとるため、一時的に発送時期を調整せざるを得ず、新規のご注文についてはお届けまで数ヵ月お待ちいただくこととなりました。これにより、当第3四半期会計期間にご注文を受けたにもかかわらず発送が当期第4四半期会計期間となり、当第3四半期累計期間に計上できなかった金額が、売上高で約167百万円、営業利益で約107百万円となりました。仮に、当該発送遅延が生じていなかったとした場合、当第3四半期累計期間の実績は、売上高が7,714百万円（前年同期比29.5%増）、営業利益が2,290百万円（前年同期比56.6%増）であったと想定されます。

なお、発送遅延に関しましては、当第3四半期会計期間末後の2019年12月には完全に解消されており、当該発送遅延の影響により当第3四半期累計期間で計上できなかった売上高および営業利益は、当期第4四半期会計期間に計上される見通しであります。

当第3四半期累計期間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1,999,339千円から183,178千円上回る2,182,517千円に達する等、各段階利益が大幅に超過した一方で、売上高は当初予想8,088,797千円から541,570千円下回る7,547,227千円となりました。これは、当第3四半期会計期間を、将来の売上および利益のさらなる拡大を目的とした集客部門の体制強化期間と位置付け、体制整備を重点的に行ったことによるものです。

体制整備を優先した理由としては、当社の広告出稿先であるYahoo!やGoogleの掲載広告に対する審査基準が現在厳格化傾向にあり、いわゆる「フェイク広告」対策のため、今後さらに厳格化されることが見込まれるためです。ウェブ広告においては、消費者に不快感を与えないため、また各種法令（医薬品医療機器等法、景品表示法など）に従った広告宣伝が行われるよう、各広告媒体が独自の「広告審査基準」を設け、掲載する広告の審査を行っています。しかし、審査基準を設けているにもかかわらず、事実と異なる表現を行い消費者に誤解を与える「フェイク広告」が掲載されてしまい社会問題となるなど、消費者にとって有害な広告が増加したことに対応するため、各広告媒体において、有害な広告を確実に排除できるよう「広告審査基準」が厳格化される傾向にあります。当社は従来より各広告媒体の審査基準を遵守するほか、医薬品医療機器等法の認定資格を保持する管理責任者を配置して詳細な自社広告基準を設けるとともに、広告制作担当者全員に社内医薬品医療機器等法検定の合格を義務付け、消費者に不快感を与える広告は出稿しない方針を取っておりましたが、今後一層の厳格化が見込まれる審査基準に対応し、より一層クリーンな広告の出稿により従来以上の売上の獲得ができるよう、体制の変更や新しい審査基準の知識習得に優先的に時間を投じてまいりました。

さらに、商品販売ウェブページおよび広告原稿の起案や販売導線の選定を統括する担当者、また商品販売ウェブページのコンセプト設計や作成を行う担当者を増員し、新規獲得件数の増加に向けて適切な時間を費やすことができるよう集客体制の整備を行ってまいりましたが、それらに加えて各メディアに配信される広告バナーを作成する担当者の増員も行っております。これらの「クリエイティブ担当」につきましては、採用を強化したことに加え、集客部門内部において人員配置を変更することで、クリエイティブ担当者の比率を上げました。

このように、クリーンな広告制作のため体制の充実を図ると同時に、集客体制の抜本的な改革を行うことで、当期第4四半期会計期間以降の新規獲得件数の増加を目指してまいります。

以上のように、当第3四半期会計期間においては、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、さらに『ヒアロディープパッチ』の新規獲得件数と在庫数量のバランスを調整するため、新規獲得のための広告投資を抑えたことで、当第3四半期累計期間における広告宣伝費は2,126,361千円と当初の計画2,711,056千円を大幅に下回り、各段階利益が当初予想を大幅に超過いたしました。一方で、広告投資の抑制により新規獲得件数が想定を下回ったことに加え、『ヒアロディープパッチ』の新規注文分の発送を一部調整したことで当第3四半期累計期間に計上されなかった影響により、売上高は当初予想を下回る結果となりました。

なお、『ヒアロディープパッチ』は、売上の約7割を支える定期購入のお客さまへの発送が滞らないよう、新規注文分の発送時期を調整しておりましたが、当第3四半期会計期間末後の2019年12月には調整が終了し、新規注文分の発送遅延は完全に解消されております。

「刺す化粧品-ディープパッチシリーズ」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-ディープパッチシリーズ」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。

さらには、『オデコディープパッチ』の発売を機に、「刺す化粧品-ディープパッチシリーズ」専用の公式販売ページを作成し稼働を開始したほか、数多くの雑誌に「刺す化粧品-ディープパッチシリーズ」の商品が掲載されております。

このように、爆発的ヒットを記録している状況を受けて、シリーズ第4弾の新商品も開発が進行しており、今後も、「刺す化粧品-ディープパッチシリーズ」全体の売上拡大とブランド確立を目指してまいります。

また、本シリーズは、効果的な広告宣伝に必要と考えられる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。また、「刺す化粧品-ディープパッチシリーズ」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。

当第3四半期会計期間における新商品につきましては、『オデコディープパッチ』のほか、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。

当第3四半期会計期間末後の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等の各種法令上、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。

さらに、2019年4月4日に、「保湿スキンケア化粧品『みんなの肌潤糖アトケアタイプ』」をバージョンアップしてリニューアル発売いたしました。本商品のシリーズ品である「ニキビ予防用のスキンケア化粧品『みんなの肌潤糖クリアタイプ』」も、前事業年度の2018年10月にバージョンアップを実施しリニューアル発売を行っております。みんなの肌潤糖シリーズは、数年前まで当社の主力商品の1つでありましたが、原価率が高いことから適正な販売利益を確保するために広告投資を抑えざるを得ず、ここ数年、売上が減少を続けておりました。しかし、今回のバージョンアップによって原価率の大幅な低減が実現し、広告投資の増加が可能となったため、適切な広告投資を実施することによって再び売上の増加を図っております。

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、『ヒアロディープパッチ』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。『ヒアロディープパッチ』、『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・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-ディープパッチシリーズ『ヒアロディープパッチ』」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、「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)」につきましても、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つの領域に明確に分けた設計・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、着実に事業を拡大しております。当第3四半期会計期間末後の2019年12月には、台湾支社で取り扱う商品数を増加させており、今後も売上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。本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。

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倍株のを見つけ方&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社が選出されています。

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。2020年2月期は、全体で5割前後の大幅な増員を予定しており(前事業年度末役員・従業員数113名)、当第3四半期累計期間には、全体で54名もの新しい従業員が入社しております。特に、集客部門に関しましては、37名(前事業年度末時点)から60名に増員いたしました。今後も集客部門を中心とした人員の増強を通じて集客体制の強化を図り、売上・利益ともに高い成長を目指してまいります。

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の採用を30名規模で予定し、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。

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、被告会社)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・挿絵などを被告会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。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。今後の業績に与える影響は現時点では軽微であると認識しておりますが、業績への影響が見込まれる場合には速やかに情報開示をいたします。

株主の皆様に対する利益還元につきましては、第2四半期累計期間の各段階利益が2019年4月12日発表予想を大きく上回ったことから、2020年2月期の1株当たり中間配当金を、2円00銭から10銭増配し、2円10銭に修正いたしました。これにより、2020年2月期の1株当たり配当金は、配当開始以来7期連続の増配となる中間配当金2円10銭・期末配当金2円10銭・年間配当金4円20銭を予定しております。

そのほか、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。2019年12月30日の終値(729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6.7%と高水準の利回りとなります。さらに、2019年10月15日に公表いたしました1株当たり年間配当金4円20銭(予想)を加味した利回りは7.2%となります。

以上の結果、当第3四半期累計期間の売上高は7,547,227千円(前年同期比26.7%増)となりました。営業利益は2,182,517千円(前年同期比49.2%増)、経常利益は2,186,986千円(前年同期比49.5%増)、四半期純利益は1,487,030千円(前年同期比47.3%増)となりました。

(2) 財政状態に関する説明

①資産、負債及び純資産の状況

(資産)

当第3四半期会計期間末における資産合計は5,021,803千円となり、前事業年度末に比べ781,169千円増加いたしました。これは主に現金及び預金が511,435千円、売掛金が22,093千円、たな卸資産が176,904千円、有形固定資産が74,013千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1,162,243千円となり、前事業年度末に比べ136,096千円減少いたしました。これは主に未払金が74,422千円、1年内返済予定の長期借入金が74,943千円、未払消費税等が90,642千円、株主優待引当金が38,051千円減少した一方で、買掛金が28,529千円、未払法人税等が94,858千円増加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3,859,560千円となり、前事業年度末に比べ917,266千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1,487,030千円増加した一方で、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。

②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511,435千円増加し、3,199,081千円となりました。

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、1,241,265千円(前年同期は749,850千円の増加)となりました。この主な要因は、税引前四半期純利益2,183,972千円、仕入債務の増加28,529千円が生じた一方で、売上債権の増加22,093千円、たな卸資産の増加176,904千円、未払金の減少82,881千円、株主優待引当金の減少38,051千円、法人税等の支払額596,883千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、94,220千円(前年同期は30,790千円の減少)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82,585千円、差入保証金の差入による支出20,363千円が生じた一方で、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、637,224千円(前年同期は790,657千円の減少)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562,281千円が生じたことによるものであります。

(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明

業績予想につきましては、2019年4月12日の決算短信で公表いたしました業績予想に変更はありません。

2. 四半期財務諸表及び主な注記

(1) 四半期貸借対照表

(単位:千円)

	前事業年度 (2019年2月28日)	当第3四半期会計期間 (2019年11月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	2,687,645	3,199,081
売掛金	518,641	540,734
製品	572,664	775,578
仕掛品	13,300	14,695
原材料及び貯蔵品	127,772	100,368
その他	46,574	49,730
貸倒引当金	△7,695	△8,022
流動資産合計	3,958,904	4,672,165
固定資産		
有形固定資産	32,842	106,855
無形固定資産	31,538	26,253
投資その他の資産	217,347	216,528
固定資産合計	281,729	349,637
資産合計	4,240,633	5,021,803
負債の部		
流動負債		
買掛金	163,622	192,152
未払金	445,203	370,780
1年内返済予定の長期借入金	74,943	—
未払法人税等	333,482	428,341
未払消費税等	142,710	52,067
前受金	2,608	2,472
販売促進引当金	61,026	61,986
株主優待引当金	38,051	—
返品調整引当金	14,344	13,440
資産除去債務	1,120	—
その他	21,227	41,002
流動負債合計	1,298,339	1,162,243
負債合計	1,298,339	1,162,243
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	2,849,883	3,767,149
自己株式	△435,574	△435,574
株主資本合計	2,942,293	3,859,560
純資産合計	2,942,293	3,859,560
負債純資産合計	4,240,633	5,021,803

(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 2018年3月1日 至 2018年11月30日)	当第3四半期累計期間 (自 2019年3月1日 至 2019年11月30日)
売上高	5,958,923	7,547,227
売上原価	1,304,162	1,808,425
売上総利益	4,654,761	5,738,802
返品調整引当金戻入額	6,728	14,344
返品調整引当金繰入額	11,310	13,440
差引売上総利益	4,650,178	5,739,706
販売費及び一般管理費	3,187,548	3,557,188
営業利益	1,462,629	2,182,517
営業外収益		
受取利息	13	7
為替差益	401	1,774
サンプル売却収入	323	261
受取送料	1,133	—
講演料収入	515	377
受取弁済金	—	1,920
その他	101	174
営業外収益合計	2,488	4,516
営業外費用		
支払利息	293	47
貸倒引当金繰入額	655	—
株式交付費	428	—
自己株式取得費用	768	—
その他	5	0
営業外費用合計	2,151	47
経常利益	1,462,966	2,186,986
特別損失		
本社移転費用	—	2,650
固定資産除却損	—	364
特別損失合計	—	3,014
税引前四半期純利益	1,462,966	2,183,972
法人税、住民税及び事業税	446,292	688,979
法人税等調整額	6,847	7,963
法人税等合計	453,139	696,942
四半期純利益	1,009,826	1,487,030

(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 2018年3月1日 至 2018年11月30日)	当第3四半期累計期間 (自 2019年3月1日 至 2019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	1,462,966	2,183,972
減価償却費	9,176	17,814
貸倒引当金の増減額(△は減少)	13,673	327
販売促進引当金の増減額(△は減少)	5,496	960
株主優待引当金の増減額(△は減少)	△23,264	△38,051
返品調整引当金の増減額(△は減少)	4,582	△904
為替差損益(△は益)	△339	△1,588
受取利息及び受取配当金	△13	△7
支払利息	293	47
株式交付費	428	—
自己株式取得費用	768	—
固定資産除却損	—	364
本社移転費用	—	2,650
売上債権の増減額(△は増加)	△80,012	△22,093
たな卸資産の増減額(△は増加)	△271,325	△176,904
その他の資産の増減額(△は増加)	△4,331	△3,155
仕入債務の増減額(△は減少)	166,514	28,529
未払金の増減額(△は減少)	103,135	△82,881
前受金の増減額(△は減少)	770	△136
その他の負債の増減額(△は減少)	△4,429	△68,105
小計	1,384,092	1,840,838
利息及び配当金の受取額	13	7
利息の支払額	△293	△47
法人税等の支払額	△633,962	△596,883
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	749,850	1,241,265
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	△1,038	△82,585
無形固定資産の取得による支出	△10,479	△3,344
差入保証金の差入による支出	△19,272	△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	△30,790	△94,220
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	△100,017	△74,943
新株予約権の行使による株式の発行による収入	120,531	—
配当金の支払額	△425,970	△562,281
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	△790,657	△637,224
現金及び現金同等物に係る換算差額	339	1,615
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△71,258	511,435
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四半期末残高	2,436,884	3,199,081

(4) 四半期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。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(追加情報)

(「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」等の適用)

「『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)等を第1四半期会計期間の期首から適用しており、繰延税金資産は投資その他の資産の区分に表示しております。

(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 2018年3月1日 至 2018年11月30日)及び当第3四半期累計期間(自 2019年3月1日 至 2019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。