



2025年2月20日

各位

会社名 株式会社北の達人コーポレーション
代表者名 代表取締役社長 木下 勝寿
コード番号：2930 東証プライム 札証
問合わせ先 常務取締役管理部長兼人事総務部長 飯盛 真希
電話番号 050-2018-6578 (部署直通)

ロールアップ型M&A戦略の強化に関するお知らせ

当社は、収益基盤の多様化及び成長の加速を通じた企業価値向上への寄与を目的とした手段の一つとして、M&A戦略を強化してまいりますので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. ロールアップ型M&A戦略強化の背景

当社は、自社オリジナルブランドの健康美容商品や美容家電等を販売する「ヘルス&ビューティーケア関連事業」を主にインターネット上で展開しております。

顧客が抱える健康や美容の具体的な悩みを解消する化粧品・健康食品等が主な取扱商品であり、それらの商品開発にはインターネットで販売することを前提とした厳格な品質基準を設定することで、高品質で継続的に使用いただける商品を販売しております。

また、広告宣伝費を抑えたうえで効率的に新規顧客を獲得するため、当社の広告運用ノウハウを仕組化した広告最適化システムを開発し、膨大なデータから顧客がもたらす生涯売上高の金額である「LTV」を正確に算出し、そこから商品ごとに広告宣伝費を設定し管理・運用する等、広告宣伝費における費用対効果の計測を行いながら的確な広告投資に努めております。加えて、受注・出荷処理システムや在庫管理・予測システム等も独自に構築しており、効果的かつ効率的な対応を実現しております。

さらに、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 (Activity Based Costing) 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(別紙①参照)を用いて管理しております。これにより、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。

上述のとおり、高い品質の商品を、広告最適化システムをはじめとする独自システム及び管理会計制度(以下、「当社インフラ」)のもと販売・管理しておりますが、さらなる事業の拡大には高品質な商品ラインナップの拡充が必要であると認識しております。

そのため、当社では代表取締役社長管轄の商品企画マーケティングチームを発足し、新商品の開発・投入を加速させておりますが、商品ラインナップ拡充のさらなる加速のために、M&Aについても強化してまいります。M&A戦略においては事業多角化ではなく、同業界の企業を複数買収し、統合することで経営効率化を図りシナジーを生み出し、企業価値を高めていくロールアップ型のM&Aを主軸に置いております。D2C×ECの事業を展開している企業のなかには、高品質な商品やサービスを有しているながらも、採算管理や利益管理が徹底されておらず、結果として収益性が低いケースも一定数存在します。当社インフラに組み込むことで、コスト最適化や収益性改善等のシナジー効果が見込まれる場合には、積極的にM&Aに取り組んでまいります。

なお、M&Aのスキームといたしまして、対象会社の発行済株式の取得による経営権獲得のみならず、対象会社の一部事業もしくは一部商品のみを買収し当社インフラに載せて事業運営を行う「事業買収」についても検討してまいります。

特に、事業買収においては、必要アセットのみ選択し取得できることによるリスク低減及び収益改善効果の最大化(別紙②参照)、PMIプロセスの簡素化等のメリットが見込まれます。また、売り手側にとっても、一部事業のみをエグジットすることによる事業ポートフォリオの最適化、低収益事業であっても当社インフラに組み込むことを想定したうえで事業価値算定される等のメリットが見込まれるため、積極的に検討してまいります。

2. 業績への影響

現在、5～6件の案件を検討中ではありますが、現時点において決定した事項はございません。つきましては、本件が2025年2月期の連結業績及び個別業績に与える影響はございません。

将来的に、開示すべき事項が発生した場合には速やかにお知らせいたします。

以上

5段階利益管理

当社では、利益を「商品ごと」に5段階で見える化して管理している

(万円)

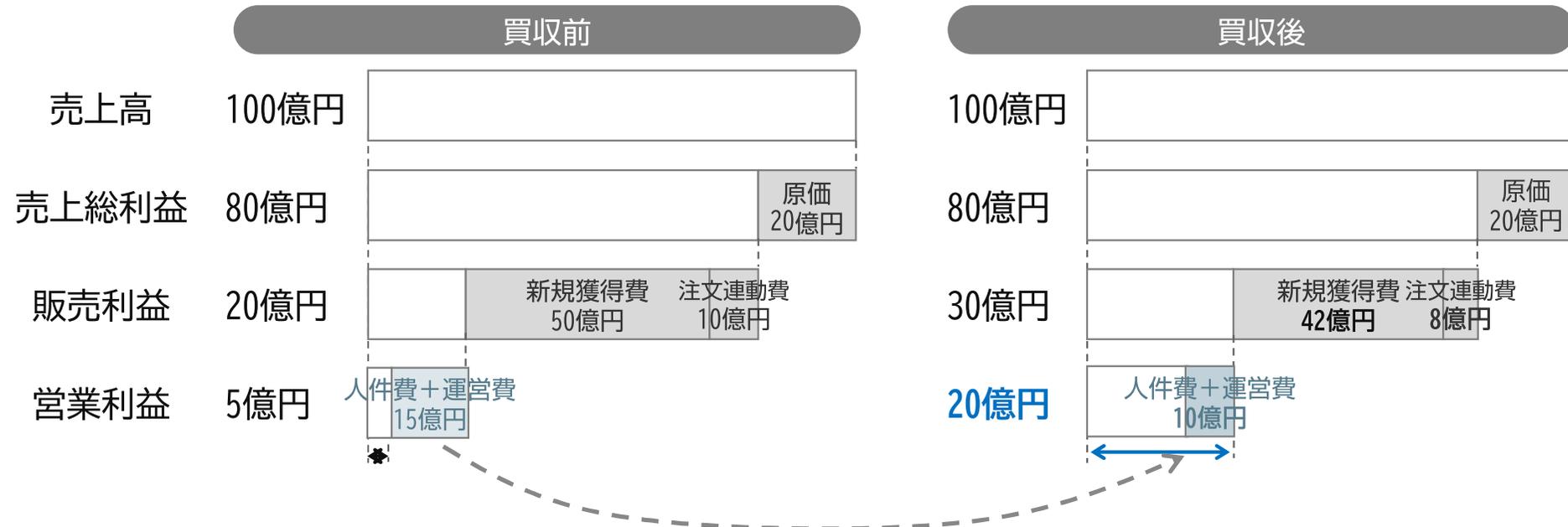
	全商品 合計	商品① ×	商品② △	商品③ ◎
売上高	10,000	6,000	3,000	1,000
原価	5,600	3,500	1,800	300
商品ごとの粗利益	利益① 売上総利益 (粗利)	4,400	2,500	700
	売上総利益率	44%	42%	70%
注文ごとに 必ずかかるコスト	注文連動費 (同封物・付属品・決済手数料・配送費・梱包資材等)	500	300	50
	利益② 純粗利	3,900	2,200	650
	純粗利率	39%	37%	65%
粗利－注文連動費 ＝純粗利 (造語)	新規獲得費 (おもに広告宣伝費)	1,990	1,600	40
	利益③ 販売利益	1,910	600	610
	販売利益率	19%	10%	61%
純粗利－新規獲得費 ＝販売利益 (造語)	人件費 (ABC : Activity Based Costing)	190	50	20
	利益④ ABC利益	1,720	550	590
	ABC利益率	17%	9%	59%
商品ごとの人件費	運営費 (家賃や間接業務人件費等)	700	420	70
	利益⑤ 商品ごと営業利益	1,020	130	520
	商品ごと営業利益率	10%	2%	52%

- * 商品①は売上は上がっているが、それは新規獲得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は売上は低い粗利率が高く、新規獲得費、人件費もかかっていないので、利益がかなり出ている
しかし人件費が低いものは、社内で話題にならないので、見すごされがちになる

事業買収における収益改善モデル

■ 事業買収 対象会社の一部事業もしくは一部商品のみを買収し当社インフラに載せて事業運営を行う

例えば 以下のようなD2C企業を事業買収する場合...



インフラを当社に統合することで、
受注、物流、カスタマー対応、オフィス家賃等のコスト分は減少するほか
新規獲得費や注文連動費、その他費用もコスト削減できる

営業利益は5億円→20億円と収益性が大幅に改善