



2018年3月期 決算の概要と今後の展望

～新たなマーケットの開拓～

2018年6月8日

株式会社創健社



目次

- 直近3期（2016年3月期～2018年3月期）の総括
- 経営計画の概要（2018年3月期から3ヶ年）
- 経営計画の初年度の概要

社是・企業理念

社是

「有理創健」

ことわり も
理を有って身・心・経済の健やかさを創す
すこ な

企業理念

地球環境を大切にし、食生活の提案を通して
人々の健康的な生活向上に貢献する

目指す姿

定量目標	2017年3月期 売上高45億 (50期)		2020年3月期 売上高52億 (53期)
ターゲットと提供価値	自然食品業界における支持層の高齢化。 食品添加物不使用、安心・安全		30～60代女性(子育て世代を主軸に) 自然食品に興味が無かった層 日本一の情報透明性+α
事業領域	専門小売店、量販店、生協宅配、百貨店、輸出(アメリカ)		量販店、生協、宅配、Eコマース、異業種、輸出(アジア圏)
コアコンピタンス (拠り所とすべき真の強み)	専門小売店とのネットワーク		生産者、メーカーとの提携、ネットワーク強化×スピード=他の追随を許さないオリジナリティ
消費者と流通市場の未来像	価値の多様化 健康食品の競争激化 大家族→核家族化		オーガニック市場の拡大。企業、店舗の淘汰、一強化 更なる価値観の多様化 家族の形の多様化

リ・ブランディング

拡大する市場

- ✓ オーガニック **市場拡大** 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、日本のオーガニック食品市場規模は推定**4,117億円**。
7.8%の人がオーガニック食品を購入。若い世代は環境保全など利他的な理由でもオーガニック食品を購入。
～OVJ オーガニック白書より)
- ✓ **一般企業参入** (オーガニック専門量販店の出店)
- ✓ 食に関する事件、事故に端を発するトレーサビリティの厳格化
- ✓ 小売店、Eコマース、生協、宅配業等における統合、一強化

更なる価値観の多様化

- ✓ コストパフォーマンス重視
- ✓ **アンチ大量消費社会** の価値観
(良いものを長く使う。未病対策など) など

更なる家族の形の多様化

- ✓ 「核家族」からさらに細分化
- ✓ 未婚率の増加、少子化
- ✓ 高齢化社会(老々介護) など

量販店

- ✓ 中小規模チェーン(30~50店舗)、質販店、専門小売チェーン店
- ✓ 商社（大手食品問屋）との連携による主要アイテムの配荷強化
- ✓ ドラッグストア・調剤薬局向け専用商品の開発及び提案

生協、宅配、Eコマース

- ✓ インターネット環境拡大、特別企画チラシ提案の充実
- ✓ 専用市場に向けた商品提供（営業・商品開発同行による商談）

異業種(ライフスタイル提案型ショップなど)

- ✓ 異業種に合わせたデザイン戦略、ブランドイメージの向上
- ✓ 自社サプリメント開発による新規市場の獲得

輸出(アジアなど)

- ✓ メイドインジャパンの信用
- ✓ 専任担当者の設置及び英語・中国語での情報発信

新たな顧客層の獲得

- ✓ 情報の透明化(消費者へのメッセージの浸透)
- ✓ リ・ブランディング(新商品の開発。更なる国産化・オーガニック化)
- ✓ 生産者、メーカーとの連携強化

利益を重視

- ✓ 上記施策を実行し、営業利益額の増加を図る

配当・株主優待制度

- ✓ 繼続的な配当実施
- ✓ 魅力的な優待品

■直近3期（2016年3月期～2018年3月期）
の総括

利益実績(連結)



(単位 千円)

	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期
	49期 実績	50期 実績	51期 実績
売上高	4,741,166	4,551,156	4,499,975
予算比	103.1%	98.9%	93.8%
予算差額	141,166	△ 48,844	△ 300,025
売上総利益	1,223,214	1,146,261	1,144,159
売上総利益率 (%)	25.8%	25.2%	25.4%
販売管理費	1,189,368	1,162,008	1,158,413
営業利益	33,846	△ 15,746	△ 14,254
営業外差額	3,974	4,163	4,634
経常利益	37,820	△ 11,583	△ 9,619
特別差額	33,054	△ 3,028	14,607
税金等調整前当期純利益	70,875	△ 14,612	4,987
親会社株主に帰属する 当期純利益	56,292	△ 16,952	△ 1,342

品目別販売実績(連結)

(単位 千円)

品目	2016年3月期			2017年3月期			2018年3月期		
	49期 実績			50期 実績			51期 実績		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
油脂、乳製品	969,501	20.4%	272,025	714,573	15.7%	△ 254,928	649,120	14.4%	△ 65,453
調味料	1,405,108	29.6%	170,256	1,440,985	31.7%	35,876	1,389,819	30.9%	△ 51,166
嗜好品、飲料	771,304	16.3%	25,683	824,466	18.1%	53,161	861,928	19.2%	37,462
乾物、雑穀	306,598	6.5%	△ 1,002	332,706	7.3%	26,108	312,089	6.9%	△ 20,617
副食品	938,772	19.8%	14,530	931,130	20.4%	△ 7,642	962,481	21.4%	31,351
栄養補助食品	218,692	4.6%	16,791	177,355	3.9%	△ 41,337	193,023	4.3%	15,668
その他	131,188	2.8%	13,167	129,939	2.9%	△ 1,248	131,511	2.9%	1,572
合計	4,741,166	100%	511,453	4,551,156	100%	△ 190,010	4,499,975	100%	△ 51,181

貸借対照表の概要(連結)

(単位 百万円)

連結	2017年3月期 (50期)	2018年3月期 (51期)	増減額
流動資産	2, 252	2, 307	55
固定資産	504	503	△ 1
資産合計	2, 756	2, 810	54
流動負債	1, 176	1, 169	△ 7
固定負債	563	636	73
負債合計	1, 740	1, 806	66
純資産合計	1, 016	1, 004	△ 12
負債純資産合計	2, 756	2, 810	54
1株当たり純資産	1, 451. 9円	1, 435. 4円	△ 16. 5円
自己資本比率	36. 9%	35. 7%	△1. 2%

※2017年10月1日付で普通株式10株につき1株の割合で株式併合を実施しております。前連結会計年度の期首に当該株式併合が行われたと仮定し、1株当たり純資産を算定しております。

キャッシュ・フローの概要(連結)

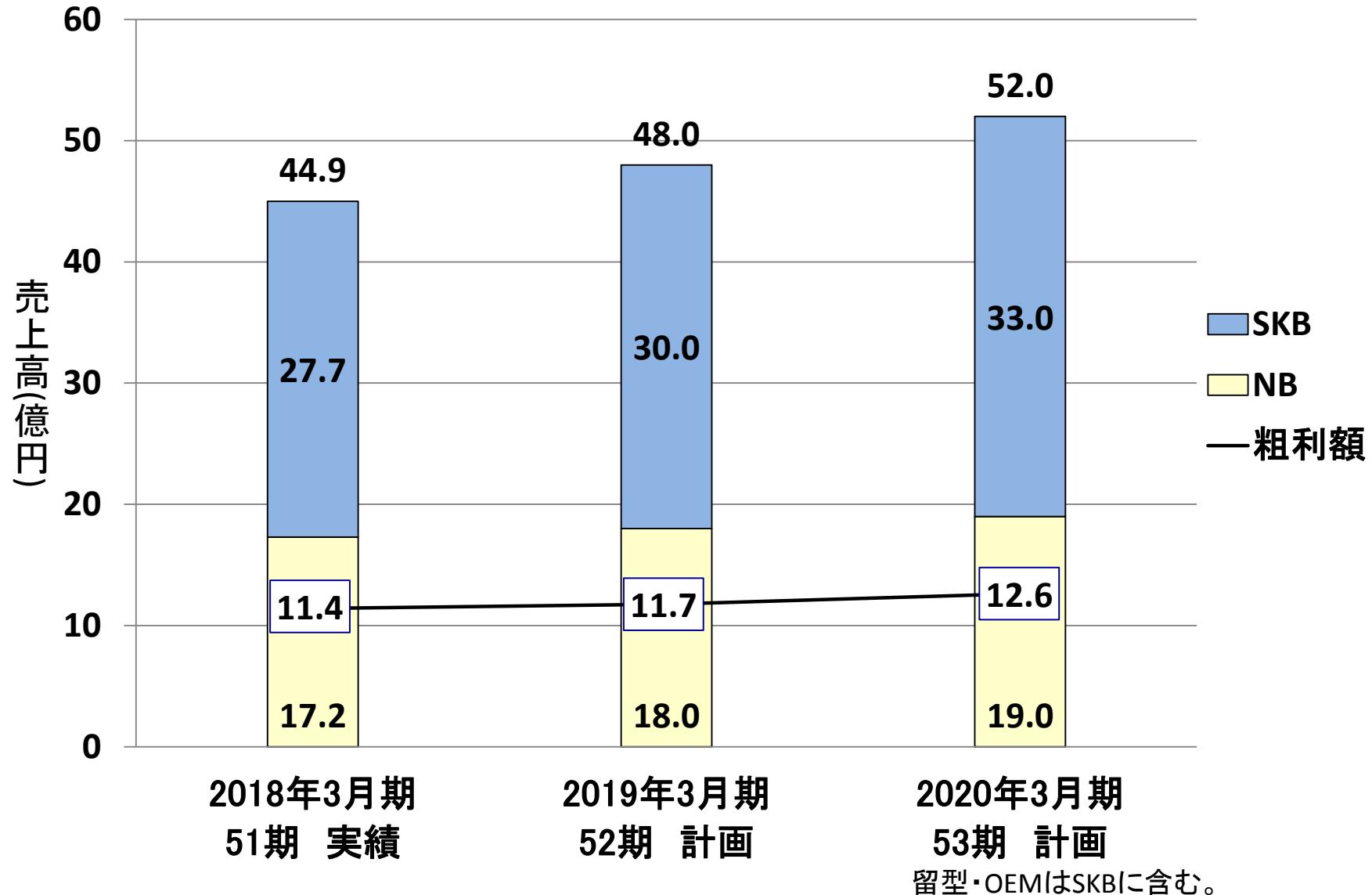
(単位 百万円)

連結	2017年3月期 (50期)	2018年3月期 (51期)	増減額
営業活動による C／F	43	49	6
投資活動による C／F	△ 22	△ 5	17
財務活動による C／F	100	△ 36	△ 136
現金及び現金同等物 の増減額	121	7	△ 114
現金及び現金同等物 の期末残高	1,091	1,098	7
借入金期末残高	848	825	△ 23

営業活動による C／F	
・たな卸資産の増加額	△43百万円
・売上債権の増加額	△17百万円
・仕入債務の増加額	67百万円
・減価償却費	23百万円
・税金等調整前当期純利益	4百万円
投資活動による C／F	
・投資有価証券の売却による収入	21百万円
・差入保証金の回収による収入	15百万円
・保険積立金の積立による支出	△18百万円
・有形固定資産の取得による支出	△13百万円
・投資有価証券の取得による支出	△10百万円
財務活動による C／F	
・長期借入れによる収入	240百万円
・長期借入金の返済による支出	△232百万円
・短期借入金の純減額	△30百万円

■経営計画の概要

(2018年3月期から3ヶ年)



事業計画(連結)

(単位 千円)

	2018年3月期		2019年3月期		2020年3月期	
	51期 実績		52期 計画		53期 計画	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
売上高	4,499,975	△ 51,181	4,800,000	300,025	5,200,000	400,000
売上総利益	1,144,159	△ 2,102	1,176,000	31,841	1,263,000	87,000
売上総利益 (%)	25.4%	0.2%	24.5%	△0.9%	24.3%	△0.2%
販売管理費	1,158,413	△ 3,595	1,156,000	△ 2,413	1,223,000	67,000
営業利益	△ 14,254	1,492	20,000	34,254	40,000	20,000
営業外差額	4,634	471	0	△ 4,634	0	0
経常利益	△ 9,619	1,964	20,000	29,619	40,000	20,000
特別差額	14,607	17,635	0	△ 14,607	0	0
税金等調整前 当期純利益	4,987	19,599	20,000	15,013	40,000	20,000
親会社株主に帰属 する当期純利益	△ 1,342	15,610	13,000	14,342	29,000	16,000

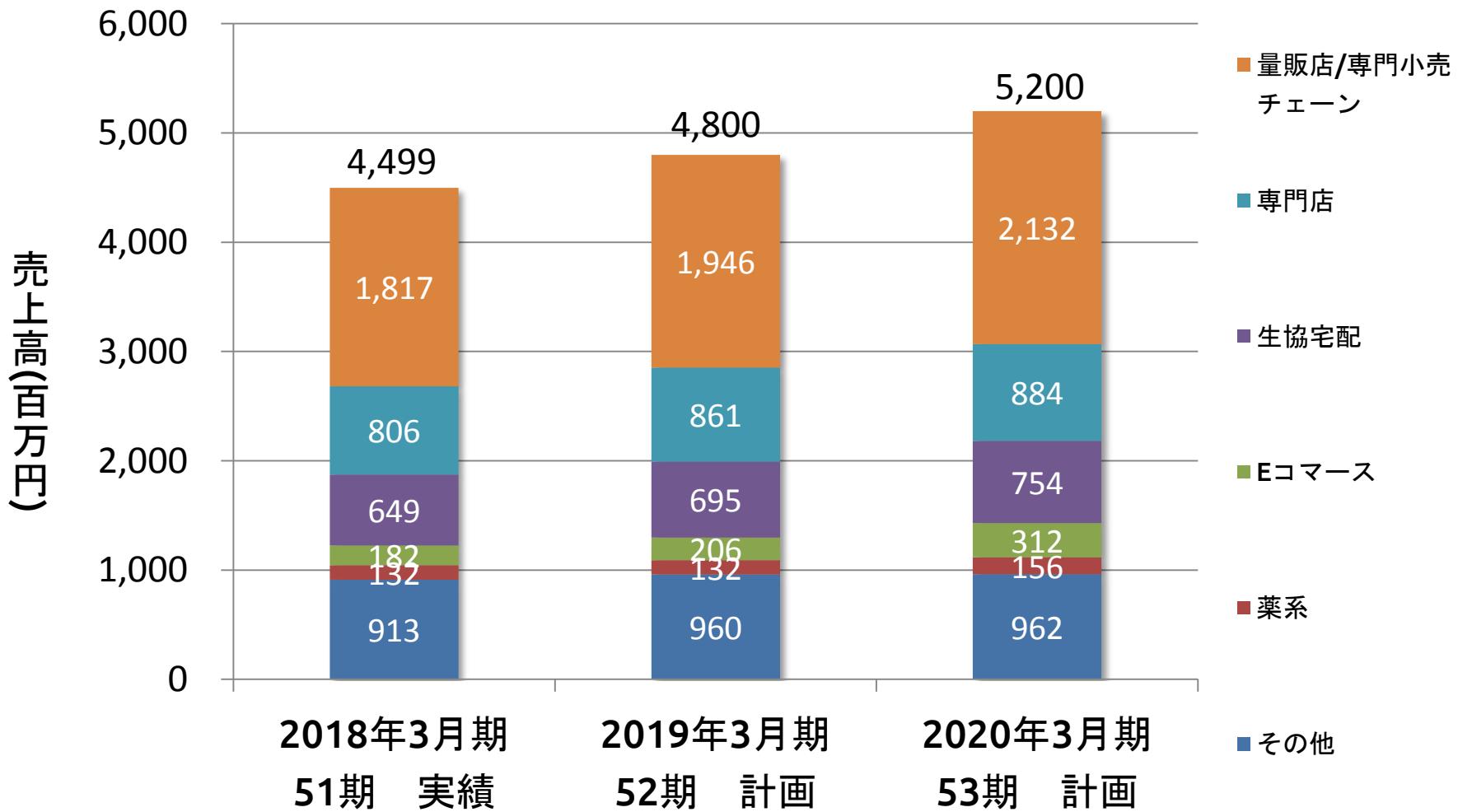
品目別販売計画(連結)



(単位 千円)

品目	2018年3月期			2019年3月期			2020年3月期		
	51期 実績			52期 計画			53期 計画		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
油脂、乳製品	649,120	14.4%	△ 65,453	696,000	14.5%	46,880	754,000	14.5%	58,000
調味料	1,389,819	30.9%	△ 51,166	1,464,000	30.5%	74,181	1,560,000	30.0%	96,000
嗜好品、飲料	861,928	19.2%	37,462	888,000	18.5%	26,072	936,000	18.0%	48,000
乾物、雑穀	312,089	6.9%	△ 20,617	336,000	7.0%	23,911	364,000	7.0%	28,000
副食品	962,481	21.4%	31,351	1,032,000	21.5%	69,519	1,118,000	21.5%	86,000
栄養補助食品	193,023	4.3%	15,668	240,000	5.0%	46,977	312,000	6.0%	72,000
その他	131,511	2.9%	1,572	144,000	3.0%	12,489	156,000	3.0%	12,000
合計	4,499,975	100%	△ 51,181	4,800,000	100%	300,025	5,200,000	100%	400,000

チャネル別販売計画 3カ年



■経営計画の初年度の概要

商品

有精卵マヨネーズ 100万本突破!! (出荷ベース)

創健社ブランド新商品 39品 1.3億円 (市場価格)

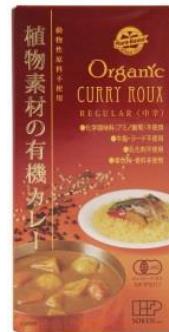
ナショナルブランド新規取扱 590品 2億円 (市場価格)



シーザーサラダ
ドレッシング



有機トマト缶
(ダイス、ホール)



植物素材の
有機カレー



スーパー
ハイルテイン



メイちゃん
うみのおさんぽ



ジロロモーニ
有機
トマトケチャップ

お客様に伝わりやすい商品特徴のマーク



Plant-Based (プラントベース)

創健社は植物由来の原料をベースにした食生活を提案します。



国産原料100%

国産の原料を100%使用している商品です。



RSPO

RSPOとは持続可能なパーム油の調達の必要性からスイスに本部をもつWWF（民間の環境保全団体）の呼びかけに応じて油脂企業や小売業者などが協議を重ね、2004年に設立された「持続可能なパーム油のための円卓会議」の事で、マレーシアのクアラルンプールに本部が置かれました。

当社はその考えに賛同し、昨年度会員となり、食品としては日本で初めて本マークをパッケージに記載いたしました。

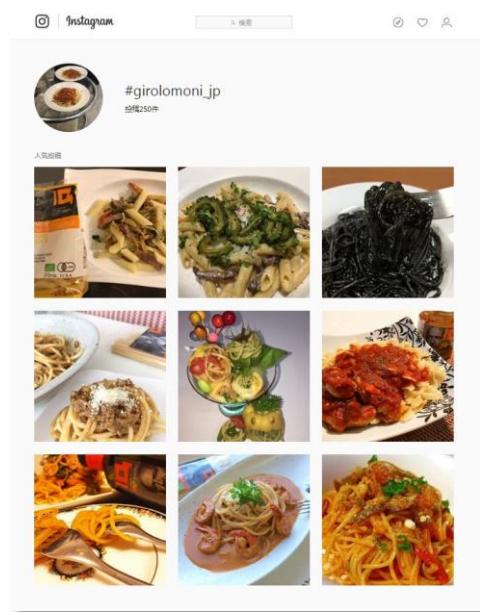
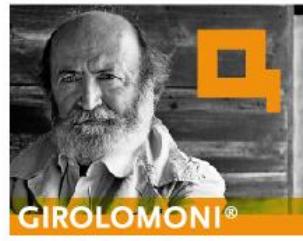


主要な販売促進

ジロロモーニシリーズ発売10周年キャンペーン
(全国販売店陳列コンテスト、インスタグラムフォトコンテスト)



おいしい！ヘルシー！当たって嬉しい!!
ジロロモーニ パスタ写真 de Instagram
フォトコンテスト
PHOTO CONTEST
実施期間：2017年10月1日～11月30日



商品計画

創健社ブランド新商品

29品 上市予定



オーガニックビタミンC



国内産小麦胚芽



海の幸せふりかけ

創健社ブランドリニューアル

21品 実施予定



好み焼き粉



植物素材の本格カレールウ(甘口・中辛・辛口) 21



マルシェへの積極的参加

六本木ミッドタウン Bio marche
太陽のマルシェなど



SNSでの積極的な発信

創健社LFPページ
(フォロワー約4,000人)



LOVE・FOOD・PEACE

[創健社] LOVE > FOOD > PEACEファンコミュニティ @LOVEFOODPEACE

ホーム ページ情報 写真 イベント ノート 動画 ウェルカム！ Twitter

「いいね！」済み フォロー中 シェア ...

【50周年記念対談】流通・藤田友紀子専務（全3回）
設立50周年を機会に、弊社代表取締役社長・中村靖が4人の方々に「次の50年」のヒントを伺った対談企画。第3弾の会場は駒場の東大リサーチキャンパス内のアーベです。

お相手は、首都圏を中心に約40店舗を開拓するオーガニック・自然食品のグロッサリストア「こだわりや」の藤田友紀子専務。新商品のあり方、商品を本当に知つて愛する社員を育てるなど、お客様と直接接する立場からの提言には多くのヒントをいただきました。週末などにじっくりお読みください。

もっと見る [創健社] LOVE > FOOD > PEACEファンコミュニティ 作成者: 高階 経験 [?]- 3月29日

【50周年記念対談III】流通・藤田友紀子専務①買い続けたい、人にあげたいと思う

Instagram sokenshaページ
(フォロワー 約570人)



Instagram

sokensha フォロー中 2,462人をフォロー中

投稿37件 フォロワー569人 2,462人をフォロー中

創健社 株式会社創健社の公式アカウントです。自然食品、オーガニック食品の開発、販売、ナチュラルでカラダに良い食の提案を行っています。イタリア有機食品ジローモニーが発売10周年を祝いInstagramを使ったフォトコンテストは、終了しました。沢山のご投稿ありがとうございました。
www.sokensha.co.jp

フォロワー: [vegecafelotus](#)さん, [yn091558](#)さん, [sessiontracks](#)さん, 他11人

50周年流通別記念企画

- ✓ 増量セール（量販店）
 - ✓ ポイントセール（専門店）
 - ✓ カタログ紙面での特別企画（生協・宅配）
 - ✓ 流通別商品開発プロジェクトの更なる推進



子どもの食事、今まで大丈夫かな？
変えたいけど、どうしたらいいだろう？

と考えたことはありませんか？

創健社は、「LOVE・FOOD・PEACE」をキーワードにあなたの食卓が生まれ変わるお手伝いをします。



おいしき時間があふれ出す。

創健社