

# 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 すこ な  
理を有って身・心・経済の健やかさを創す

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	リ・ブランディング	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

## 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ーの厳格化
- ✓ 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

- ✓継続的な配当実施
- ✓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 49期 実績	2017年3月期 50期 実績	2018年3月期 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)

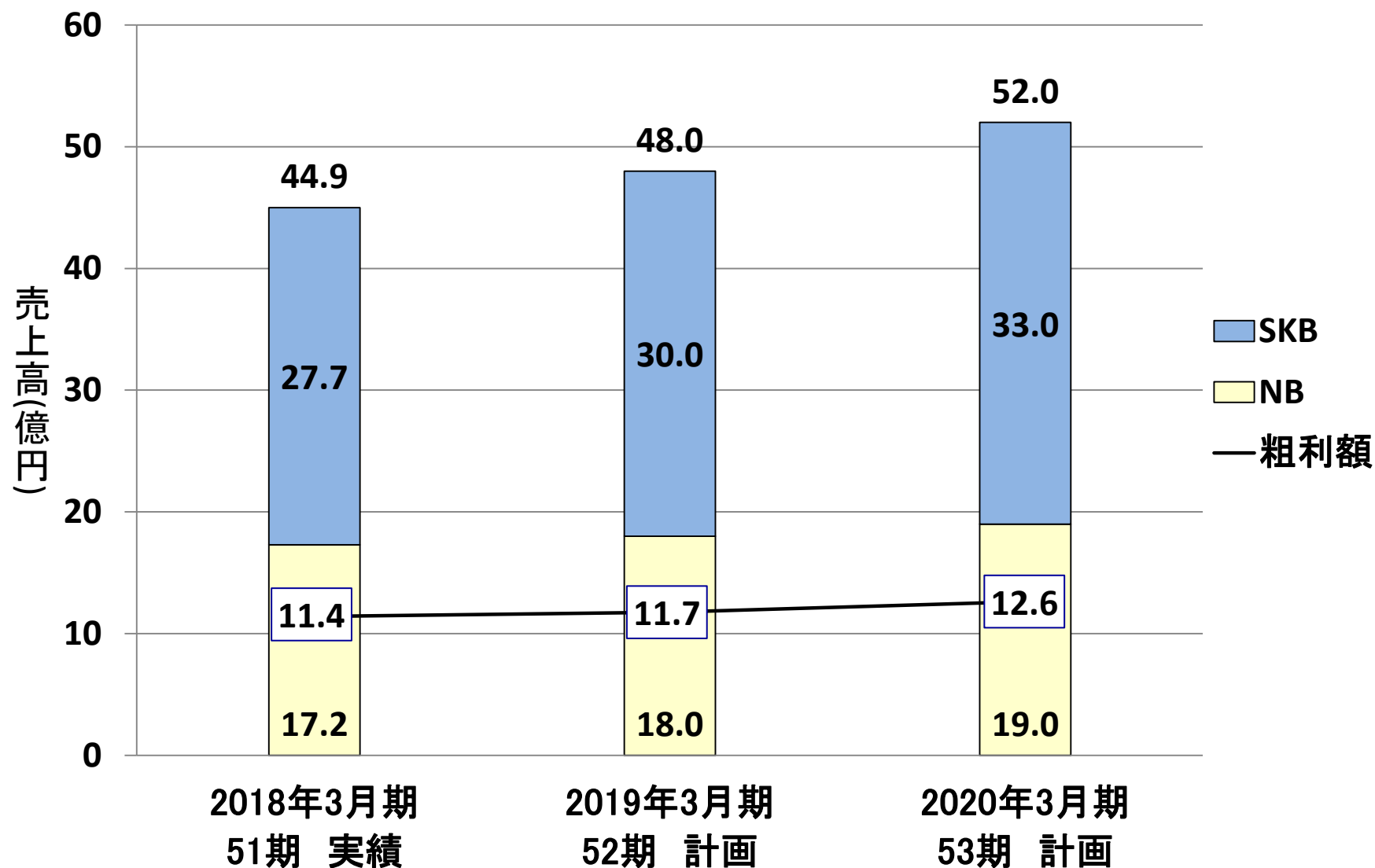
連結	2017年3月期 (50期)	2018年3月期 (51期)	増減額
営業活動による C／F	43	49	6
投資活動による C／F	△ 22	△ 5	17
財務活動による C／F	100	△ 36	△ 136
現金及び現金同等物 の増減額	121	7	△ 114
現金及び現金同等物 の期末残高	1, 091	1, 098	7
借入金期末残高	848	825	△ 23

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

( 2 0 1 8 年 3 月 期 から 3 ケ 年 )

## 定量目標



留型・OEMはSKBに含む。

# 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

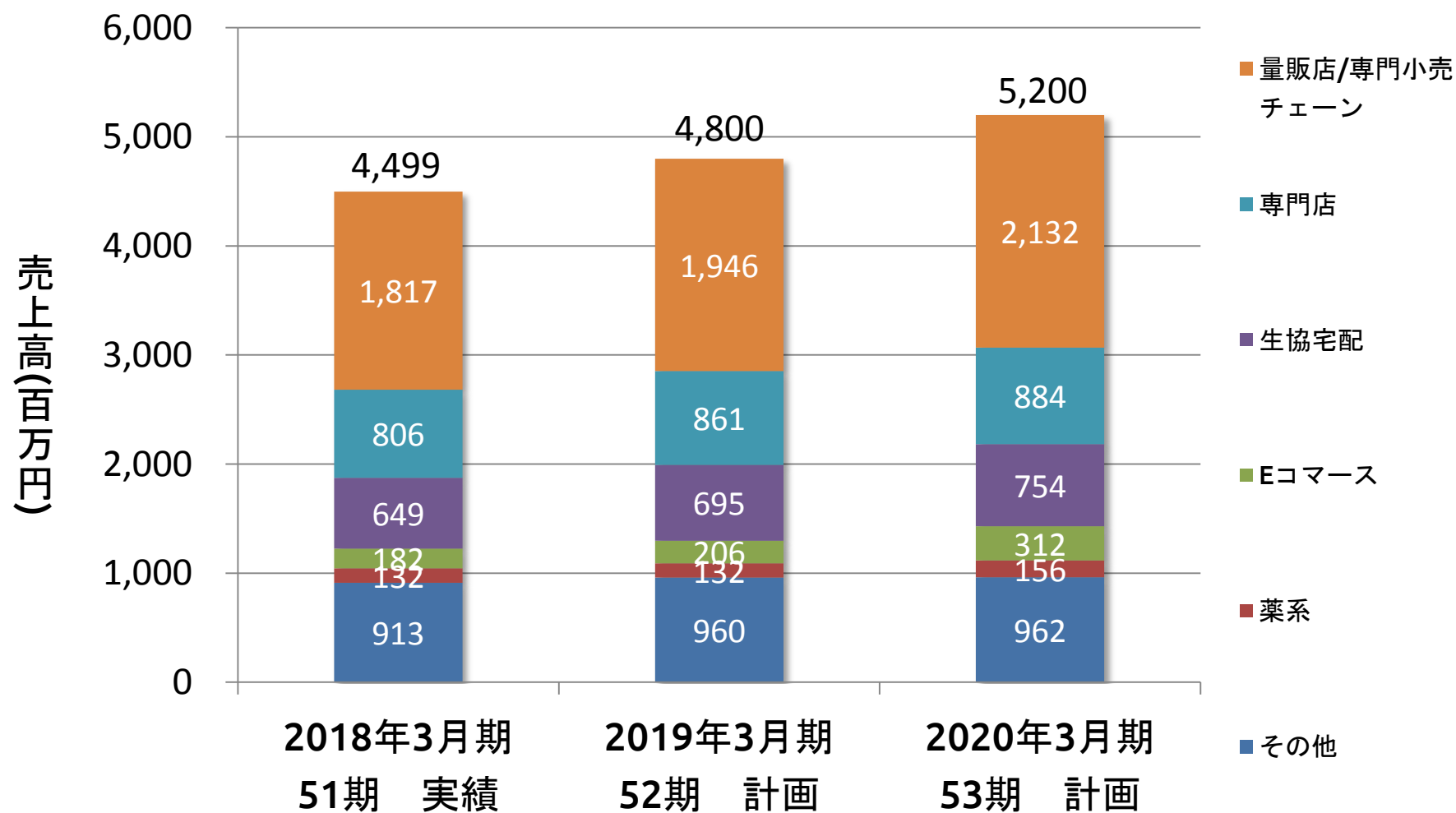


# 品目別販売計画(連結)

(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)

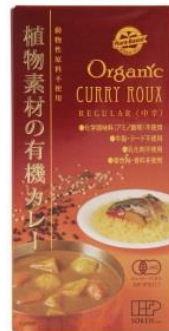
ナショナルブランド新規取扱 590品 2億円 (市場価格)



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



メイシーちゃん  
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

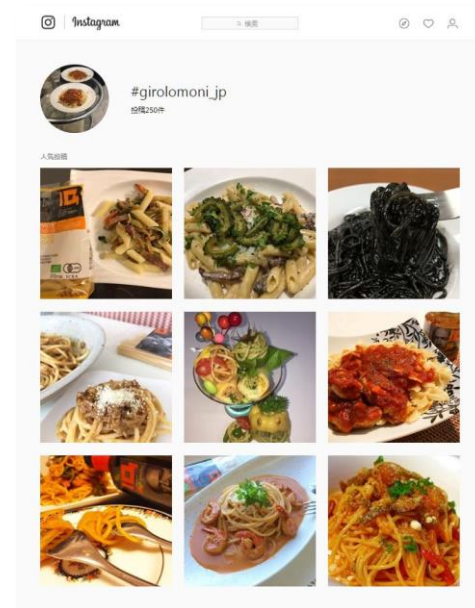
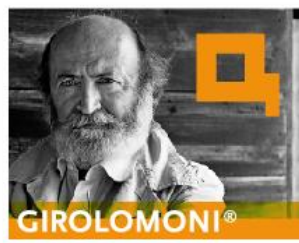


RSPOとは 持続可能なパーム油の調達の必要性からスイスに本部をもつWWF (民間の環境保全団体) の呼びかけに応じて油脂企業や小売業者などが協議を重ね、2004年に設立された「持続可能なパーム油のための円卓会議」の事で、マレーシアのクアラルンプールに本部が置かれました。当社はその考えに賛同し、昨年度会員となり、食品としては日本で初めて本マークをパッケージに記載いたしました。



## 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)





## 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



お好み焼き粉



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)



Instagram sokenshaページ  
(フォロワー 約570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、今のままで大丈夫かな？  
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。



おいしい時間があふれ出す。          創 健 社